

ETEC “PROFA. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ”

Técnico em Informática para Internet Integrado ao Ensino Médio

Marcela Brizolari Lima

Mariele Crislei de Faria Silva

Yasmin dos Santos

E-COMMERCE: Brizolari & Amaral

Araraquara

2022

**Marcela Brizolari Lima
Mariele Crislei de Faria Silva
Yasmin dos Santos**

E-COMMERCE: Brizolari & Amaral

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado a ETEC "Prof.^a Anna de
Oliveira Ferraz", do Centro Estadual de
Educação Tecnológica Paula Souza, como
requisito para a obtenção do título de
Técnico em Informática para Internet sob a
orientação da Professora Gabriela dos
Santos Gimenes.

**Araraquara
2022**

Marcela Brizolari Lima
Mariele Crislei de Faria Silva
Yasmin dos Santos

E-COMMERCE: Brizolari & Amaral

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Profa. Anna de Oliveira Ferraz como exigência parcial para obtenção do título de **Técnico em Informática para Internet**.

Aprovado em 05 de dezembro de 2022.

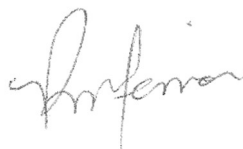
Banca Examinadora:



Prof. Orientador: Gabriela dos Santos Gimenes



Prof. Avaliador: Marcelo Teixeira Torres



Prof. Avaliador: Renata Mirella Farina

Dedicamos esta obra aos nossos
familiares.

AGRADECIMENTO

A Deus.

À Profª. Gabriela dos Santos Gimenes nossa orientadora.

À Etec Profª Anna de Oliveira Ferraz.

Aos professores.

Aos colegas de classe.

Aos demais que contribuíram para a construção do seu TCC.

Todos nós sabemos alguma coisa. Todos
nós ignoramos alguma coisa. Por isso,
aprendemos sempre.

PAULO FREIRE

RESUMO

A pandemia do Covid-19 provocou muitas mudanças de comportamento, inclusive na forma como são consumidos produtos e serviços. Com o isolamento social, as compras virtuais tiveram um crescimento relevante e a maioria dos comerciantes que ainda não estavam na internet passaram a vender on-line para garantirem a sobrevivência do seu negócio. Esse movimento, acelerado pela pandemia, vem ganhando muita notoriedade devido à praticidade e rapidez que o comércio virtual oferece. O objetivo deste trabalho é desenvolver um site E-commerce que ofereça mais funcionabilidade aos clientes, mais informações sobre o produto e integração com outros meios digitais, como Facebook, Instagram e WhatsApp, através de links de acesso. Para obter conhecimento sobre a preferência e soluções para os consumidores, foram buscadas opiniões através de um questionário respondido pelos alunos da escola ETEC Prof.^a Anna De Oliveira Ferraz. Os resultados mostraram que o consumidor se preocupa com o atendimento online, tornando-se um fator de tomada de decisão do cliente na compra e, assim, definiu-se as melhores estratégias para construir o site.

Palavras-chave: E-commerce. Internet. Consumidor. Atendimento. Praticidade.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic caused many behavioral changes, including in the way we consume products and services. With the social isolation, virtual shopping had a relevant growth and most of the merchants that were not yet on the Internet started to sell online to ensure the survival of their business. This movement, accelerated by the pandemic, has been gaining a lot of notoriety due to the practicality and speed that virtual commerce offers. The objective of this work is to develop an E-commerce website that offers more functionality to customers, more information about the product, and integration with other digital media, such as Facebook, Instagram, and Whatsapp, through access links. To gain knowledge about consumer preference and solutions, we sought opinions through a questionnaire answered by students from the ETEC Prof.^a Anna De Oliveira Ferraz school. The results showed that the consumer cares about the online service, becoming a factor in the customer's decision making in the purchase, and thus we defined the best strategies to build the site.

Keywords: E-commerce. Internet. Consumer. Customer service. Practicality.

Lista de Figuras

Figure 1: Primeiro resultado do questionário.....	13
Figure 2: Segundo resultado do questionário.....	14
Figure 3: Terceiro resultado do questionário.....	14
Figure 4: Quarto resultado do questionário.....	14
Figure 5: Quinto resultado do questionário.....	15
Figure 6: Diagrama de Entidade e Relacionamento.....	16

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
DESENVOLVIMENTO	12
1. Divisão de Funções	12
2. Justificativa	12
3. Objetivos.....	13
3.1. Geral	13
3.2. Específicos	13
4. Metodologia	13
4.1. Apresentação dos resultados	13
5. DER.....	16
6. Cronograma.....	17
CONSIDERAÇÕES FINAIS OU CONCLUSÃO	18
REFERÊNCIAS.....	19
Anexo A – Termo de Autorização de Divulgação	20
Anexo B – Declaração de Autenticidade	23

INTRODUÇÃO

E-commerce (electronic commerce) ou comércio eletrônico é um tipo de comercialização pela qual a compra e venda online de produtos e serviços são realizadas integralmente pela internet, através de dispositivos eletrônicos, como computadores, telefones celulares ou tablets.

Resumidamente, o e-commerce funciona como lojas físicas, a diferença é que o contato com os consumidores acontece de forma virtual. Uma pesquisa realizada pela ConQuist Consultoria com o objetivo de identificar o que mudou no atendimento prestado ao consumidor na pandemia, 71% dos entrevistados passaram a preferir as compras online após a crise sanitária ter impulsionado o e-commerce. A pesquisa também avaliou a experiência do consumidor com o atendimento prestado pelas empresas, antes e depois da pandemia, a partir de quesitos como: agilidade, humanização, resolutividade, simplificação, entendimento das necessidades, eficiência e conveniência.

Portanto, a fim de diminuir a complexidade de locomoção e trazer agilidade para o cliente, o e-commerce visa suprir essas necessidades de forma clara e objetiva.

DESENVOLVIMENTO

1. Divisão de Funções

Para chegar ao objetivo de proporcionar uma experiência prática e organizada na realização dos pedidos, foi necessária uma divisão de funções na criação e desenvolvimento do site.

Foram usadas as linguagens PHP, HTML, CSS e JAVASCRIPT. Marcela ficou responsável pela página de vitrine de produtos e descrição, barra de pesquisa e parte da página de compras; Mariele ficou responsável por inserir os preços e fotos na página de vitrine de produtos e descrição em geral, rodapé e botão de acesso ao Whatsapp; Yasmin ficou responsável pelo container superior e menu horizontal contido nele, parte da página de compras, adição de produtos na página de compras e página de conclusão dos pedidos.

Em geral, as integrantes do grupo contribuíram de alguma forma em todas as funções esclarecidas.

2. Justificativa

A criação do site visa se tornar um meio confiável para os clientes fazerem suas compras em qualquer lugar, de qualquer dispositivo eletrônico, sem a necessidade de enfrentar trânsito, estacionamentos lotados e filas gigantescas. Aliás, a loja virtual funciona como um catálogo online, por meio do e-commerce, os clientes têm a chance de buscar mais informações sobre um produto ou serviço. Por isso, busca-se fornecer descrições detalhadas, atualizadas e que respondam às principais dúvidas do consumidor, isso porque alguns clientes gostam de pesquisar informações de produtos primeiramente na internet para, então, realizar as compras na loja física.

Sendo assim, o site pretende que o consumidor tenha aquilo que deseja com rapidez, segurança e pouca burocracia.

3. Objetivos

3.1. Geral

O site busca proporcionar uma experiência mais organizada e prática na realização de seus pedidos e fornecer informações sobre os produtos disponíveis para venda.

3.2. Específicos

- Catalogar os produtos;
- Realizar vendas online;
- Efetuar entregas pelo meio de delivery;
- Tirar dúvidas de clientes referentes aos produtos;
- Tornar a experiência mais rápida e confortável para o cliente.

4. Metodologia

Para a construção do site, buscou-se informações sobre a preferência e soluções para os clientes, através de um questionário feito pelos alunos da escola ETEC Prof.^a Anna De Oliveira Ferraz, a fim de compreender o olhar do consumidor.

4.1. Apresentação dos resultados

Através do questionário obteve-se as seguintes respostas:

1. Você utilizou sites e-commerce durante e após a pandemia? (0 ponto)

[Mais Detalhes](#)

[Insights](#)

Sim, muitas vezes	20
Sim, algumas vezes	24
Não	4
Raramente	5

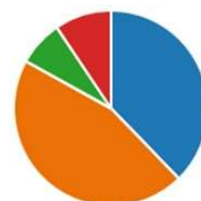


Figure 1: Primeiro resultado do questionário

2. Você acha que sites e-commerce facilitam a sua vida? (0 ponto)



Figure 2: Segundo resultado do questionário

3. Como você costuma realizar compras de supermercado? (0 ponto)



Figure 3: Terceiro resultado do questionário

4. Você tem o hábito de utilizar site de compras (supermercado) para tirar dúvidas sobre produtos?



Figure 4: Quarto resultado do questionário

5. O que você acha essencial para um site e-commerce ter um bom funcionamento? (0 ponto)

[Mais Detalhes](#)

[Insights](#)

39
Respostas

Respostas Mais Recentes

"Uma forma simples de acesso. Já que o intuito é a facilidade para o usuário"

"Facilidade em informações e acesso, abrangendo funções específicas e óbvias..."



Figure 5: Quinto resultado do questionário

5. DER

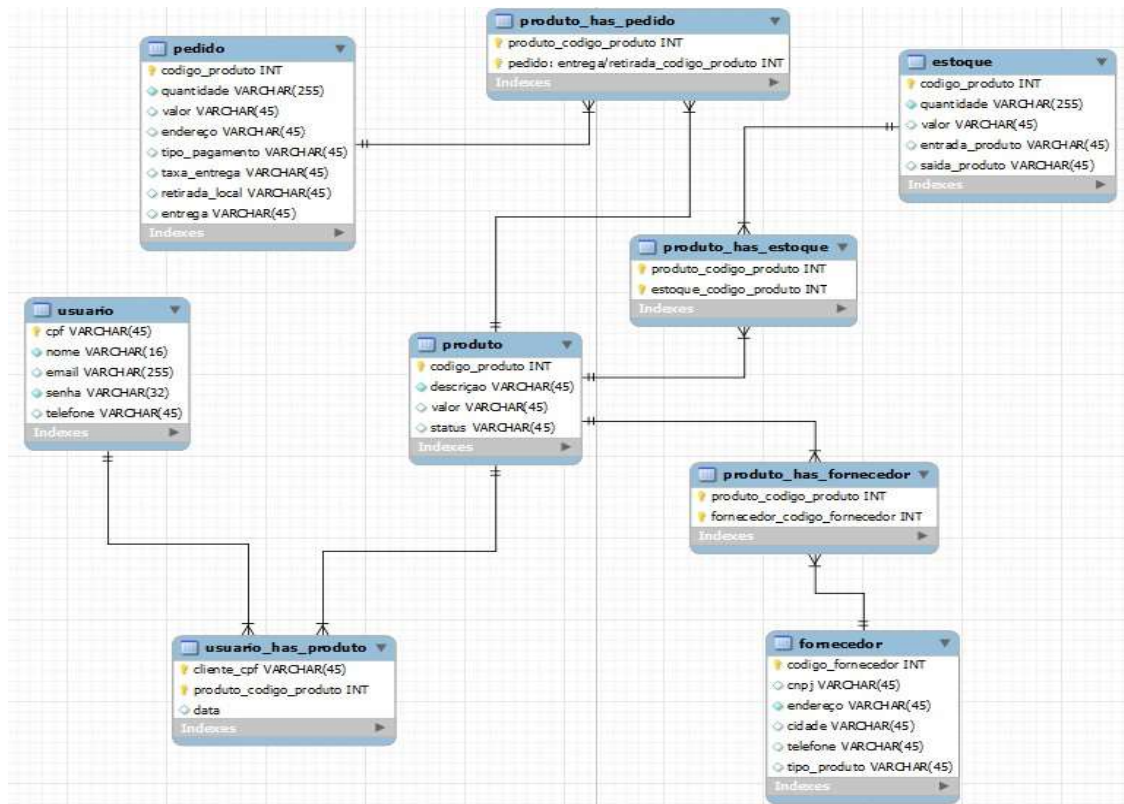


Figure 6: Diagrama de Entidade e Relacionamento

6. Cronograma

[illegible]

CONSIDERAÇÕES FINAIS OU CONCLUSÃO

A proposta do site de proporcionar uma melhor acessibilidade ao consumidor foi alcançada.

O sistema de login foi concluído, no entanto, foram descartados, não interferindo na usabilidade do site, pois o mesmo conta com um formulário para finalização das compras, contendo todas as informações necessárias.

Se houvesse prosseguimento no projeto, seria viável a integração da página de compras direto com a vitrine de produtos, possibilitando a comercialização do site.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, J. Consumo na pandemia: 71% dos brasileiros preferem compras online. **CNN BRASIL**. Novembro. 2021. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/consumo-na-pandemia-71-dos-brasileiros-preferem-compras-online/>>. Acesso em: 04 abril 2022.

CODINGLAB. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BKKcGb80MOs>> Acesso em: 5 julho 2022.

MARTUCCI, M. A pandemia fez o e-commerce decolar. Ainda há fôlego para mais? **EXAME**. Janeiro. 2021. Disponível em: <<https://exame.com/negocios/a-pandemia-fez-o-e-commerce-decolar-ainda-ha-folego-para-mais/>>. Acesso em: 05 abril 2022.

PORTAL HUGO CURSOS. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/tutoriais01>> Acesso em: 10 maio 2022.

SAMPAIO, D. O que é E-commerce? Tudo o que você precisa saber para ter uma loja virtual de sucesso! **ROCKCONTENT**. Outubro. 2019. Disponível em: <O que é E-commerce: o que é, tipos e como criar um em 2022 (rockcontent.com)>. Acesso em: 15 novembro 2022.