

SOCIEDADE EDUCACIONAL PINHALZINHO
HORUS FACULDADES

Iuri Filippi Pagnussat

WEBSITE DE VENDAS DE PRODUTOS PARA PEQUENOS COMÉRCIOS

Pinhalzinho/SC
2023

IURI FILIPPI PAGNUSSAT

WEBSITE DE VENDAS DE PRODUTOS PARA PEQUENOS COMÉRCIOS

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Instituição da Horus Faculdades, como parte dos requisitos exigidos para a obtenção do título de Sistemas de Informação

Orientador: Prof. Esp. Renan José Borgheti

Pinhalzinho/SC
2023

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todas as pessoas e instituições que tornaram possível a realização deste Trabalho de Conclusão de Curso. Primeiramente agradeço a minha família e amigos, meu sincero agradecimento pelo apoio incondicional e pela paciência durante as horas dedicadas a este projeto. Sua compreensão e encorajamento foram fundamentais para minha perseverança.

Agradeço também o meu orientador, Renan José Borgheti, por sua orientação sábia, apoio constante e valiosas sugestões ao longo de todo o processo. Sua experiência e dedicação foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho. Por fim, agradeço a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para este trabalho.

Muito obrigado!

“Só é digno da liberdade, como da vida, aquele que
se empenha em conquistá-la.”
(Johann Goethe)

RESUMO

O objetivo deste trabalho é criar um website para aproveitar as oportunidades de negócios e fortalecer a marca da empresa no ambiente digital. Levando assim a empresa para os mecanismos de busca da internet para aumentar a probabilidade de ser encontrado pelos usuários, permitir infinitas possibilidades de expansão e oportunidades ilimitadas, não mantendo o negócio apenas em um espaço físico. Oferecer aos seus clientes o tempo necessário para escolher os produtos ou serviços desejados em qualquer horário, com o desenvolvimento do website para a empresa pretende-se alavancar as vendas no ambiente digital. Um site bem projetado pode reduzir custos operacionais, substituindo processos manuais por recursos online automatizados. O marketing digital pode ser entendido como os esforços das empresas para promover, informar, comunicar e vender para os consumidores. Ter site bem estruturado transmite uma imagem de profissionalismo e confiabilidade e fortalece a credibilidade da empresa com os clientes. Ao analisar esse assunto, marketing digital trouxe às empresas grandes benefícios para o desenvolvimento da marca e aumento oportunidades de negócio. Identificar e compreender o público-alvo é crucial para direcionar esforços de marketing de forma eficaz. Construir e manter relacionamentos sólidos com os clientes por meio de interações positivas, atendimento ao cliente eficaz e estratégias de fidelização. Ter um website bem desenvolvido para um comércio de pequeno porte para uma empresa de tabacaria é crucial sendo uma ferramenta estratégica que pode impulsionar o crescimento, melhorar a eficiência operacional e fortalecer a posição da empresa no mercado.

Palavras-chave: Website; Marketing digital; Alcance.

ABSTRACT

The objective of this work is to create a website to take advantage of business opportunities and strengthen the company's brand in the digital environment. Thus taking the company to internet search engines to increase the probability of being found by users, allowing infinite possibilities for expansion and unlimited opportunities, not keeping the business just in a physical space. Offering your customers the time necessary to choose the desired products or services at any time, with the development of the website for the company, the aim is to boost sales in the digital environment. A well-designed website can reduce operational costs by replacing manual processes with automated online resources. Digital marketing can be understood as companies' efforts to promote, inform, communicate and sell to consumers. Having a well-structured website conveys an image of professionalism and reliability and strengthens the company's credibility with customers. When analyzing this subject, digital marketing has brought companies great benefits for brand development and increased business opportunities. Identifying and understanding your target audience is crucial to effectively targeting marketing efforts. Build and maintain strong customer relationships through positive interactions, effective customer service and loyalty strategies. Having a well-developed website for a small business for a tobacco company is crucial as it is a strategic tool that can drive growth, improve operational efficiency and strengthen the company's position in the market.

Keywords: Website; Digital marketing; Range.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Prensa tipográfica de Gutenberg em 1450	19
Figura 02 - 4Ps do marketing	20
Figura 03 - Resultado divulgação de produtos ou serviços.....	25
Figura 04 - Resultado se possui site próprio.....	26
Figura 05 - Tag HTML.....	28
Figura 06 - Exemplo HTML	28
Figura 07 - Declaração doctype	29
Figura 08 - Utilizando o arquivo CSS no HTML	30
Figura 09 - Utilizando CSS.....	30
Figura 10 - Exemplo de utilização JS.....	32
Figura 11 - Utilização do Bootstrap	33
Figura 12 - Incluindo arquivo jQuery	35
Figura 13 - Utilização do Font Awesome	35
Figura 14 - Usando o Font Awesome.....	36
Figura 15 - Inserindo o Animate CSS.....	37
Figura 16 - Utilizando o Animate CSS.....	37
Figura 17 - Incluindo a biblioteca WOW	37
Figura 18 - Utilizando o WOW com Animate CS.....	38
Figura 19 - Retorno API ViaCep	38
Figura 20 - Diagrama de caso de uso do site	42
Figura 21 - Diagrama de atividades do Caso de Uso para efetuar um pedido.....	43
Figura 22 - Montando o link da Api do WhatsApp	44
Figura 23 - Convertendo a URL	44
Figura 24 - Cabeçalho do site	45
Figura 25 - Aba de serviços	46
Figura 26 - Contatos	46
Figura 27 - Aba de produtos	47
Figura 28 - Etapa 1 do carrinho	48
Figura 29 - Etapa 2 do carrinho	49
Figura 30 - Etapa 3 do carrinho	50
Figura 31 - Direcionamento para o WhatsApp	50
Figura 32 - Mensagem do WhatsApp	51

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 JUSTIFICATIVA	11
3 OBJETIVOS	13
3.1 OBJETIVO GERAL.....	13
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
4 REFERENCIAIS TEÓRICOS	14
4.1 COMO A INTERNET TEM CRESCIDO.....	14
4.2 POR QUE ESTAR NA INTERNET	14
4.3 OBSERVAR SEUS CONCORRENTES	15
4.4 NÃO DEPENDA SOMENTE DAS REDES SOCIAIS.....	16
4.5 IMAGEM PROFISSIONAL	17
4.6 O QUE É O MARKETING	Error! Bookmark not defined.
4.6.1 História do Marketing	18
4.6.2 Os 4PS do Marketing	19
4.7 O SURGIMENTO DO MARKETING DIGITAL.....	22
4.7.1 Como funciona o do Marketing digital	22
4.8 MARKETING PARA O RAMO DE TABACARIAS	22
5 METODOLOGIA DA PESQUISA	25
6 TECNOLOGIAS UTILIZADAS	27
6.1 HTML.....	29
6.2 CSS.....	29
6.3 JAVASCRIPT	31
6.4 BOOTSTRAP	32
6.5 JQUERY.....	34
6.6 FONT AWESOME	35
6.7 ANIMATE CSS E WOW JS	36
6.8 API VIACEP	38
6.9 000WEBHOST	39
7 DESENVOLVIMENTO DO SITE	40
7.1 REQUISITOS FUNCIONAIS E NÃO FUNCIONAIS	40
7.2 MODELAGEM	41
7.3 INTEGRAÇÃO COM O WHATSAPP.....	43
7.4 APRESENTAÇÃO DA INTERFACE DO SITE	45
8 CRONOGRAMA	52

9 CONCLUSÃO	53
10 REFERÊNCIAS.....	54

1 INTRODUÇÃO

Segundo Crowd (2022) no passado, ter sucesso em um setor ou negócio dependia de onde o comprador estivesse. Alugar um imóvel na rua mais movimentada da cidade foi essencial para vender seus produtos. Por isso, os profissionais dependiam do aluguel de espaços comerciais em ótima localização. Isso não mudou com o advento da tecnologia. Mas agora a rua mais movimentada da cidade, do país e do mundo é a Internet. As pessoas estão constantemente “navegando” nos sites e nas redes sociais ou acessando a primeira página do Google para comprar o que precisam.

Ter seu próprio site cria autoridade e credibilidade, tanto na teoria quanto na prática. Ter um site traz status e profissionalismo para pessoas e empresas, permitindo que clientes encontrem seus fornecedores a qualquer momento, tornando isso um diferencial em relação aos concorrentes. Seu site é seu cartão de visita virtual e pode ser projetado para tornar o relacionamento com seus clientes muito mais agradável.

Quem vende um produto não precisa de explicação. Ter um catálogo online e métodos de pagamento digitais e seguros, é ótimo para os negócios. Com uma loja virtual, problemas com vendas “fiado” serão evitados e a rotina de vendedores e clientes ficará mais fácil. Todos os fatores acima convergem para um único e principal objetivo que é vender mais. Mais produtos, mais serviços, mais do seu “peixe”, seja qual for seu ramo de atuação. Independentemente do seu setor, você fará mais negócios com um site. As pessoas podem visitar o portal sempre que for mais conveniente para elas, os interessados no seu produto ou serviço podem visualizá-lo com tranquilidade, sem pressões.

A necessidade de meios de divulgação online é motivada por diversas razões, especialmente nas sociedades contemporâneas onde a Internet desempenha um papel vital na vida cotidiana. A Internet oferece alcance virtualmente ilimitado, utilizando meios de divulgação online é possível atingir um público global independentemente da localização física, o que amplia muito o público-alvo.

Com isso, este projeto visa criar um site que exiba informações relevantes e diversas funções para o cliente final, facilitando assim a transferência de recursos e comunicação entre a empresa e o público-alvo, atraindo mais cliente e aumentando significativamente as vendas para a empresa. Assim tendo um feedback positivo dos

consumidores e uma experiência melhor para os mesmos.

De acordo com Valente (2020) a frequência de usuários que utilizam a internet é de 90% que afirmaram acessar todos os dias, 7% pelo menos uma vez por semana e 2% pelo menos uma vez por mês. As informações mais solicitadas foram sobre produtos e serviços (59%), serviços de saúde (47%), pagamentos ou transações financeiras (33%) e viagens e alojamento (31%).

Como a maioria das pessoas passa muito tempo navegando na internet, as chances de acessar o perfil da sua empresa são muito altas. Portanto, um dos grandes benefícios do marketing é que ele ajuda as empresas a criarem um perfil forte e confiante de sua marca. Para aumentar a credibilidade de um determinado negócio, investir em marketing digital ou de conteúdo pode ser uma ótima estratégia. Pois com um site disponível para a marca, é possível torná-la acessível 24 horas por dia. Sem investimento em publicidade, destacar um produto ou serviço da concorrência torna-se uma tarefa muito difícil.

Mesmo que uma empresa tenha um produto ou serviço único, existem ferramentas com benefícios de marketing digital que tornaram-se essenciais. No passado, os folhetos e a publicidade em outdoors eram uma das principais formas de promover uma marca, mas atualmente a tecnologia e a visibilidade digital ajudam as empresas a comunicar e a construir relacionamentos com os seus clientes, levando a bons resultados de negócio, (COSTA, 2020).

2 JUSTIFICATIVA

Atualmente a grande parte dos pequenos comércios não tem o seu próprio Website para divulgar seus produtos e oferecê-los aos seus clientes, a divulgação dos seus produtos e promoções disponíveis são feitas através de cartazes, encartes, rádios, redes sociais, onde diversos consumidores entram em contato com o estabelecimento para pedir informações de produtos ou serviços disponíveis que os mesmos possuem, e através disso a maioria pedem fotos ou informações sobre os mesmos. Através destes meios de divulgação que é adotada não é possível ver toda a variedade de produtos que o pequeno comércio possui disponível para a comercialização, onde a maioria das vezes acaba não vendendo o seu produto por falta de informações ou divulgações.

Segundo Camargo (2021), uma época em que a transformação digital promove o acesso à Internet, não ter canais de comunicação online pode ser um erro grave. Por exemplo, mesmo que você não o utilize para realizar vendas, sua marca precisa estar presente em ambientes digitais para estabelecer a credibilidade do seu negócio ou para facilitar a experiência do usuário na busca por informações sobre sua empresa. Tudo isso sem precisar fazer um grande investimento para ter um website bonito e confiável. Porém, muitos gestores ainda têm medo de investir tempo e recursos na criação de um website.

Um Website também é uma forma de construir credibilidade da marca, os usuários ficam sabendo quem está por trás do negócio, como ele é administrado e de forma simples. É uma forma de divulgar sua empresa, um website bem projetado transmite uma mensagem séria e com foco na experiência mínima que os usuários podem ter com o seu serviço. Além disso, os consumidores se sentirão mais seguros ao perceberem que se trata de uma página bem conservada que é mantida atualizada conforme a necessidade dos usuários. Principalmente para quem ainda não conhece sua empresa, é uma forma de se mostrar a credibilidade do seu negócio.

Para ter mais credibilidade, confiança e divulgação dos produtos será desenvolvido um website, onde o mesmo irá fazer toda a demonstração de produtos e serviços disponíveis para a empresa em si. O website inicial será desenvolvido para sanar essa dificuldade da divulgação dos seus produtos e serviços, onde o consumidor poderá ver todos os produtos e serviços disponíveis. O usuário poderá

ver todas as informações da empresa e o que a mesma tem para oferecê-lo, o mesmo poderá efetuar compras através do site onde após ser finalizada a compra irá ser direcionado para o WhatsApp com os seus produtos e serviços escolhidos.

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver um website para alavancar as vendas e o reconhecimento do público alvo. Com o objetivo da divulgação de todos os produtos e serviços disponíveis para que o estabelecimento não fique limitado somente na apresentação de produtos expostos ou em divulgações nas redes sociais, banners, rádios e encartes.

Facilitar o dia-a-dia do comerciante para que o mesmo não precise estar repetindo e repassando informações para os seus consumidores centralizando-as em um website.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Disponibilizar os produtos e serviços e oferecê-los aos consumidores de forma online
- Desenvolver um website para promover e divulgar a marca do estabelecimento e fortalecer a confiança dos usuários.
- Estudar e compreender a importância de utilizar plataformas online de vendas de produtos e serviços.

4 REFERENCIAIS TEÓRICOS

4.1 COMO A INTERNET TEM CRESCIDO

De acordo com Valente (2020) a Internet está cada vez mais presente no dia a dia do povo brasileiro. Segundo a Pesquisa TIC Domicílios 2019, publicada pelo Centro Regional de Pesquisa e Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), 79% dos brasileiros estão conectados à Internet. Isso é muito bom para uma métrica que era de pouco mais de 41% há 10 anos.

A pesquisa mostra que o uso da Internet está crescendo em média 3,3% ao ano. Os dados confirmam uma tendência importante: consumidores de todas as origens estão conectados ao ambiente digital. Seja visualizando uma postagem nas redes sociais ou fazendo um pedido por um aplicativo de delivery, a internet está presente no dia a dia dos brasileiros.

O Brasil é o segundo país que passa mais tempo online, segundo pesquisa realizada pela Hoopsuite em parceria com a We Are Social. Os brasileiros passam em média quase nove horas e meia por dia online, perdendo apenas para os filipinos. A maior parte do tempo é gasto interagindo com outros usuários e também com empresas. Portanto, toda marca deve estar presente nesses canais. Independentemente do ramo de atividade, orçamento disponível ou qualquer outro motivo, é fundamental acompanhar o crescimento da utilização da Internet e estar presente neste ambiente (CAMARGO, 2021).

4.2 PORQUE ESTAR NA INTERNET

De acordo com o Sebrae (2022) a digitalização se tornou uma opção de sucesso para proprietários de pequenas empresas. Pesquisa do Sebrae em colaboração com a FGV revelou que em 2021, 70% das microempresas venderão online. No segmento artesanal, 92% utilizam WhatsApp e 67% utilizam redes sociais como Instagram e Facebook. Com a pandemia, houve uma migração de consumidores e empreendedores para o mercado online. Os negócios digitais são uma ótima oportunidade para o início da jornada de um empreendedor. Uma de suas vantagens é o baixo custo do investimento inicial. Com um celular e acesso à

internet, agora é possível fazer negócios digitalmente. Onde pode-se trabalhar de casa sem pagar estrutura física (SEBRAE, 2022).

Segundo Camargo (2021) Com a quantidade de acessos que a internet tem no dia-a-dia, ter um site para promover sua marca é fundamental para ter um resultado favorável para a empresa. Mesmo que o foco não seja a venda online, esse ainda não é um motivo válido para não criar um site e estar presente nas plataformas digitais. Ter um site é fundamental para se comunicar com seus clientes, onde o mesmo pode oferecer os canais de contatos, produtos disponíveis no seu catálogo, horários de funcionamento. Ter todas estas informações reunidas e centralizadas em um website é uma forma de dar valor a sua marca e fortalecer seu negócio.

Imagine que um cliente passou pela sua loja física, mas estava sem tempo para parar e olhar os produtos. No dia seguinte, um sábado, queria comprar um item que é especialidade do seu negócio, mas o endereço era um pouco distante da sua casa: só queria se deslocar se tivesse a certeza de que encontraria a sua loja aberta. Como ele poderia ter essa informação? Fez uma pesquisa no Google e, pasmem, nenhum resultado apareceu. Nem mesmo um telefone para contato foi exibido nas páginas de busca. Na dúvida, foi ao shopping e **comprou o mesmo item no seu concorrente**. Já pensou quantas vendas podem ser perdidas, simplesmente, por não oferecer um site confiável com as informações mais importantes sobre o seu negócio?. (CAMARGO, 2021).

Mais do que um espaço para abrir um e-commerce, por exemplo, possuir um site é essencial para estabelecer comunicação com seu público. Disponibilizar detalhes como os produtos em seu catálogo, horário de funcionamento e endereço em um site atraente e confiável representa uma maneira eficaz de reforçar sua reputação.

4.3 OBSERVAR SEUS CONCORRENTES

Analisar seus concorrentes é uma das melhores maneiras de determinar as necessidades do seu negócio. Para permanecer competitivo neste setor, é necessário conquistar todas as cotas de mercado. Sem um site, sua empresa perde oportunidades de atrair novos clientes e construir uma forte presença online. Ter um site profissional também pode destacar sua empresa. Expressar a essência de sua marca em seu site pode atrair um público mais específico, aumentando assim suas chances de conversão.

Segundo Folch (2023) com um site profissional, você também pode oferecer ofertas especiais como descontos ou reembolsos, atraindo cada vez mais clientes além de melhorar a remuneração de sua marca. Seus clientes em potencial podem encontrar facilmente as informações que procuram sobre sua empresa e comparar seus produtos com os de seus concorrentes. Além disso, você pode aumentar a visibilidade da sua marca e aumentar sua autoridade no setor publicando conteúdo útil.

4.4 NÃO DEPENDA SOMENTE DAS REDES SOCIAIS

Segundo o Sebrae (2019) não é ideal depender somente das redes sociais para a divulgação do seu negócio. Além da frequência de bugs e períodos de instabilidade nas redes sociais, eles também são muito dinâmicos. Não apenas suas mensagens têm prazo de validade dentro da linha do tempo, mas a própria rede também tem prazo de validade. Embora um tenha sido o mais popular há cinco anos, outro pode estar hoje com um crescimento generalizado, fazendo com que outros sejam completamente esquecidos. Consideramos, por exemplo, a popularidade do Snapchat ou como a do Instagram, já em contrapartida o declínio do Facebook nos últimos anos (o número de usuários ativos caiu mais de 5% nos últimos anos).

Além disso, como o nome sugere, as redes sociais foram criadas para interação social, não para lidar com conteúdos institucionais mais densos ou profundos. Tudo isso torna difícil a confiança neles. Além desses fatores, em muitas redes algoritmos são específicos para atingir o alcance de uma empresa, limitando o número de seguidores que leem uma postagem, a fim de incentivar o pagamento por publicações patrocinadas. E porque você não está no domínio de outras empresas e interesses comerciais, você tem que seguir as regras delas, essas regras são muitas vezes restritivas. Ao criar um site, você terá um domínio de internet que opera exclusivamente com base em sua marca e nos interesses de seus clientes (SEBRAE, 2019).

Diante da realidade dos estabelecimentos hoje em dia, uma boa conduta com a divulgação dos seus produtos é fundamental para o crescimento da empresa, ela impacta diretamente nas suas vendas finais.

Em 2021, o número de compradores digitais globais foi de 2,14 bilhões. Em julho de 2022, a população mundial era de mais de 7,9 bilhões de pessoas. Isso significa que pelo menos 27% da população mundial compra online para atender às suas necessidades.

Somente nos EUA, as vendas de comércio eletrônico cresceram 16,1% em 2022, ultrapassando a marca de US\$1 trilhão pela primeira vez. Esse crescimento deve chegar a US\$6 trilhões até 2024. (Chan, 2023).

A grande parte das pessoas hoje em dia utilizam a internet para adquirir produtos ou serviços da sua necessidade.

4.5 IMAGEM PROFISSIONAL

Segundo o Sebrae (2019) embora a presença nas redes sociais faça parte de uma boa estratégia digital, o site fornece uma imagem empresarial mais profissional do que um perfil no Facebook ou Instagram, com uma experiência estética e interativa pensada para promover sua marca. Um site institucional induz confiança e substitui. Hoje é quase impossível imaginar uma marca de sucesso sem um site.

A criação de um site oferece à empresa mais possibilidades de divulgar seus produtos, pois tem a liberdade de personalizar todos os seus aspectos. Você também pode criar conteúdo para dúvidas claras de seus clientes e prospects e se posicionar como autoridade no mercado ao falar sobre assuntos técnicos de sua área de negócio. (SEBRAE, 2019).

4.6 O QUE É O MARKETING

O marketing é uma parte importante de qualquer negócio e a chave para o sucesso é compreender o que é marketing e como funciona. Apesar de ser uma palavra de origem inglesa, o conceito já está difundido em todo o mundo. Etimologicamente, “mercado” refere-se a um mercado e “marketing” refere-se aos métodos de venda utilizados no mercado. No seu sentido mais simples, marketing é estudar as necessidades e desejos dos mercados-alvo e criar produtos ou serviços que agreguem valor para atender a essas necessidades. O marketing é um processo contínuo de pesquisa, avaliação e comunicação entre empresas e consumidores. Marketing consiste em compreender seus clientes para construir relacionamentos duradouros, agregando-lhes valor por meio de produtos ou serviços que eles continuarão comprando (FORCE, 2023).

A definição de marketing de Kotler, conhecido como o pai do marketing, reflete melhor o conceito Kotler (2000, p. 27): “Marketing é um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que precisam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros”. Isto significa que o desenvolvimento de marketing envolve definir, medir e dimensionar o mercado existente em termos dos benefícios potenciais do produto na perspectiva do cliente, bem como identificar necessidades e desejos não satisfeitos do cliente. Como a satisfação do cliente é um dos objetivos de implementação da estratégia de vendas da empresa, o marketing pode ajudar a encontrar soluções para os problemas dos clientes, o que pode levar a compras bem-sucedidas por parte dos investidores.

O marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação, e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado. (Kotler, 2000, p.04).

Podemos compreender que a gestão de marketing é muito importante. É mais do que uma função empresarial que visa vender um produto, os processos sociais dos negócios são relevantes para todos os setores organizacionais tentamos encaixá-los em uma estratégia que visa compreender oferecendo aos usuários o que eles precisam.

4.6.1 História do Marketing

Volpato (2023) afirma que é difícil encontrar a primeira ação de marketing realizada na história porque, além de ter acontecido há muito tempo, não está documentada. Se olharmos para a história da humanidade, podemos dizer que o trato entre as pessoas sempre existiu. Esta ideia também se aplica parcialmente ao marketing. Está presente na sociedade há muito tempo, embora tenha estado oculto no passado. É possível que muitos profissionais de marketing estivessem fazendo marketing sem saber, pois definiam, posicionavam, precificavam e promoviam seus produtos. Uma das invenções que facilitaram o desenvolvimento do marketing foi a prensa tipográfica de Gutenberg em 1450, que revolucionou a comunicação e facilitou o processo de distribuição intelectual. Antes disso, todos os anúncios, mensagens e livros tinham que ser escritos e copiados à mão.

Figura 01: Prensa tipográfica de Gutenberg em 1450



Fonte: Gudrun Stegen (2013)

Alguns teóricos argumentam que o marketing ganhou impulso durante a Revolução Industrial, no final do século XVIII, quando a produção em massa explodiu e a concorrência aumentou. Um mercado competitivo com mais de um fornecedor vendendo produtos e serviços similares tem sido um impulso para as empresas começarem a ir além da mera negociação. Face à concorrência generalizada, era mais necessário do que nunca posicionar, precificar e promover um produto antes de o vender (VOLPATO, 2023).

4.6.2 Os 4PS do Marketing

Segundo Force (2023) o marketing está sempre mudando. Sua trajetória é marcada por tendências, mudanças nas expectativas dos clientes, surgimento de novas tecnologias e avanços nas diversas áreas que pertencem a esse universo. Hoje, mais do que nunca, a estratégia de marketing da sua empresa precisa estar alinhada com a realidade que vivemos todos os dias. Esta realidade, seja online ou offline, é acelerada, disruptiva, personalizada e hiper conectada.

O conceito de marketing 4Ps foi criado pelo professor Jerome McCarthy e amplamente popularizado por Philip Kotler. Também é conhecido como mix de marketing e representa os 4 pilares básicos de qualquer estratégia de marketing, veja na (Figura 02) quais são os 4 pilares do marketing (VOLPATO, 2023).

Figura 02: 4Ps do marketing



Fonte: Bruno Volpato (2023)

Vamos entender o que são estes 4Ps para qualquer estratégia de marketing:

- **Produto:** Esse pilar do marketing defendido por McCarthy e Kotler aborda muito mais do que aquilo que um determinado negócio vende. Nesse caso, o conceito de produto inclui tudo o que a empresa oferece aos clientes, como forma, design, embalagem, qualidade, garantia, assistência técnica, atendimento, etc.
- **Preço:** Precificar um produto pode parecer simples: basta somar os custos de produção, distribuição, publicidade, pessoal e vendas, dividir pela quantidade de produtos vendidos, adicionar uma margem de lucro e pronto. Na realidade não é tão simples assim, há muito mais por trás da precificação de um produto, pois apenas o processo de produção e venda não deve entrar nesse cálculo, e há muitos fatores subjetivos que também devem ser levados em consideração. Preço é uma estratégia desenhada para definir o posicionamento e a proposta de valor oferecido por um

produto. É como o produto ou serviço será posicionado na mente do consumidor.

- **Praça:** Também chamada de distribuição, é o pilar que trata de como o produto ou serviço é distribuído no mercado, como o cliente chega até o produto ou serviço, seja através de pontos de venda, canais de distribuição, sites, entre outros.
- **Promoção:** A promoção nada mais é do que uma forma de promover o fabricante. Aqui não estamos falando apenas de canais de publicidade, mas também de comunicação e da linguagem que será utilizada para chegar ao seu público. Em outras palavras, como você divulga sua marca e como garante que seu produto atenda às necessidades e desejos do seu público (VOLPATO, 2023).

4.7 O SURGIMENTO DO MARKETING DIGITAL

Segundo Patel (2023) a Internet apareceu pela primeira vez no final da década de 1960, desempenhou um papel importante no desenvolvimento do marketing digital. Por outro lado, é claro que antigamente este tipo de marketing não estava tão disponível para os consumidores como para as empresas. À medida que a web se tornou popular na década de 1990, o marketing digital começou a tomar forma semelhante ao que conhecemos hoje.

Quando surgiram os primeiros protótipos de redes sociais e algumas formas de e-commerce e blogs, as empresas começaram a compreender a importância de estarem presentes neste novo espaço. A década de 1990 viu o surgimento das primeiras grandes ferramentas de busca como elas Yahoo, MSN, AOL e Altavista. Isso é muito rudimentar comparado ao que o Google é hoje. Ao mesmo tempo, o e-mail também se tornou extremamente popular, dando origem às primeiras campanhas de e-mail marketing. Na mesma linha, a Amazon começou a vender livros online em 1995. Mas o verdadeiro boom do marketing digital começou no início dos anos 2000, quando as redes sociais começaram a crescer e o Google ganhou mais espaço. Hoje, essa forma de marketing continua crescendo rapidamente e está cada vez mais ligada ao seu propósito que é conectar os clientes à empresa, e não o contrário (PATEL, 2023).

4.7.1 Como funciona o do Marketing digital

Segundo Patel (2023), assim como o marketing tradicional tem o seu jeito próprio de funcionar, o digital também possui suas estratégias e objetivos, que são definidos a partir de um planejamento. Para colocar em prática esse plano, é necessário lançar mão de uma série de ferramentas e se valer de indicadores para analisar o desempenho das iniciativas adotadas. Entre as estratégias usadas para alcançar as metas traçadas estão a otimização de sites, para melhora no ranqueamento de páginas em buscadores, a produção de conteúdo e o gerenciamento das redes sociais. Basicamente, o marketing digital atua para aproximar marcas, seja a partir de vendas diretas pelo e-commerce ou como canal de relacionamento com seu público-alvo. Já em relação aos seus principais objetivos, podendo se resumir em quatro termos distintos, embora sequenciais e complementares: busca por tráfego, geração de engajamento, conversão e retenção o que significa isso para o marketing digital é:

Tráfego: trazer visitantes para o site a partir de conteúdos que despertem o interesse do público-alvo;

Engajamento: despertado o interesse, é chegado o momento do visitante interagir de alguma forma com você (baixando um material rico, por exemplo);

Conversão: é quando a interação se transforma em captação, e um prospect vira cliente ao consumir algum produto ou serviço;

Retenção são as ações que visam fidelizar o cliente, fazendo com que ele volte a consumir e isso se torne algo frequente. (PATEL, 2023).

Com isto podemos identificar que ter um bom plano já traçado no marketing digital é essencial para o sucesso de qualquer estratégia online. Quanto mais as pessoas interagirem com suas postagens, anúncios, e-mails e outros conteúdos, maior será a probabilidade de você atingir seus objetivos de marketing, como aumento de vendas, reconhecimento da marca e fidelidade do cliente.

4.8 MARKETING PARA O RAMO DE TABACARIAS

Segundo Lang (2023) o marketing para tabacarias e headshops é basicamente o processo de promoção e venda de produtos ou serviços, mas também pode ter objetivos como fortalecer a marca e o relacionamento com o cliente. Bem como o objetivo de expandir a operação como um todo. As opções são

muitas e é importante que as empresas de tabacaria considerem as suas estratégias de marketing como uma prioridade no seu planejamento.

De acordo com Accioly (2023) ao pensar em marketing para tabacarias, a pergunta que surge rapidamente é: “As tabacarias podem fazer marketing?” Neste caso sim como qualquer negócio, estratégias de marketing são necessárias para expandir sua tabacaria. O que uma tabacaria não pode fazer é anúncio, não se engane.

As principais plataformas impõem restrições às tabacarias devido às leis brasileiras. De acordo com as políticas de grandes redes como Instagram, Facebook e Google, há grandes chances de seu anúncio ser bloqueado e até mesmo sua conta ser banida. Porém, o marketing vai muito além do tráfego pago, existem diversas outras maneiras mais baratas e eficazes de fazer sua tabacaria conquistar clientes. (ACCIOLY, 2023).

As tabacarias de todos os portes e anos de atuação no mercado precisam cuidar de suas ações de marketing, além das novas que estão prestes a entrar no mercado. Isso o ajudará a se destacar de seus concorrentes, impulsionar as vendas, aumentar a receita e garantir o sucesso a longo prazo. Algumas tabacarias operam tanto online quanto offline, outras possuem apenas uma loja online. Mas mesmo assim, ainda é possível realizar ações offline.

Devemos ter em mente que nem todas as tabacarias possuem um grande departamento de marketing para ter uma estratégia planejada e estruturada, pelo contrário, em alguns casos as ações de marketing são realizadas nas horas vagas pelo mesmo dono da tabacaria (LANG, 2023).

Um bom planejamento de marketing online e offline lhe dará uma ideia clara do que fazer ao longo do ano, e você se sentirá mais confiante para alocar investimentos em suas campanhas e entender os recursos que precisará. Com isso podemos ver possíveis resultados nas ações de marketing nas tabacarias. Segundo Danilo Lang (2023) podemos ter como uma base alguns exemplos de ações de marketing online para tabacarias, estes exemplos são:

- Desenvolva uma forte presença online com uma loja virtual intuitiva e de fácil navegação;
- Crie conteúdos recorrentes nas redes sociais de acordo com o interesse do público;

- Otimize a loja virtual e site para os mecanismos de busca por meio de técnicas de SEO;
- Ofereça descontos e promoções exclusivas online para atrair clientes em cada data sazonal do ano.

5 METODOLOGIA DA PESQUISA

Promover produtos na web é uma estratégia vital para as empresas por diversos motivos. A internet oferece acesso a um público global, ao anunciar produtos na web as empresas podem alcançar clientes em todo o lugar, independentemente da sua localização física. Isso expande muito o público-alvo em comparação com os métodos tradicionais de publicidade.

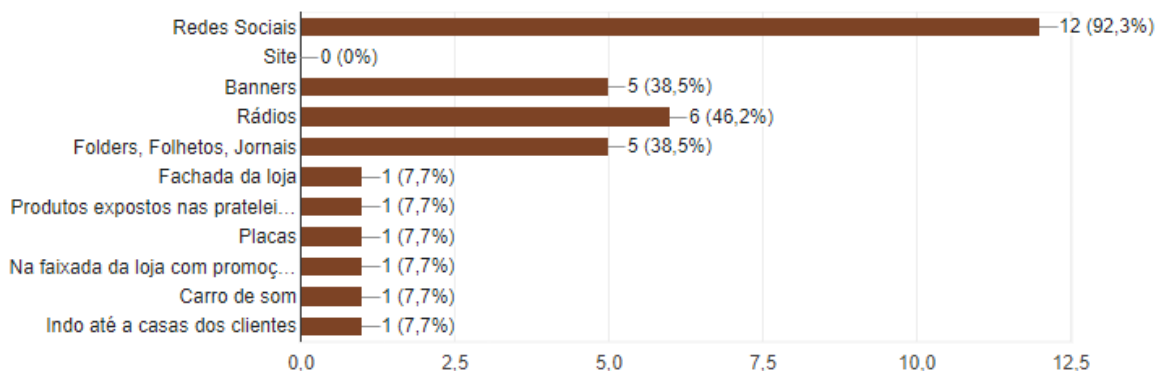
É por meio dessa atividade que criar um website hoje em dia alavanca as vendas do seu comércio, é uma métrica fundamental para o sucesso do negócio ter uma boa divulgação de seus produtos através de um website podendo oferecer toda a gama de produtos disponíveis para venda assim sem passar nenhum produto despercebido se comparado com o cliente observando os produtos em uma loja física.

Em relação de como é feito as divulgações de produtos e serviços atualmente nos pequenos negócios foi elaborado um formulário para pequenos comerciantes e quem faz uso de alguma maneira de divulgação, este formulário foi encaminhado por WhatsApp para algumas pessoas que vendem produtos ou prestam algum tipo de serviço. No formulário foram feitas as algumas perguntas e se obteve o total de 13 respostas e com elas se obteve os seguintes resultados:

- Como você divulga seus produtos ou serviços atualmente? Resultado (Figura 03)

Figura 03: Resultado divulgação de produtos ou serviços

13 respostas

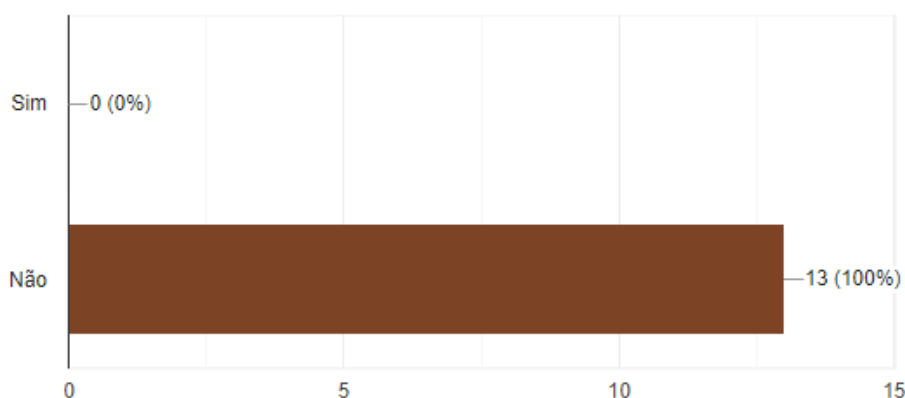


fonte: Autor (2023)

- Você possui um site próprio para divulgar sua empresa, produtos e serviços? Resultado (Figura 04).

Figura 04: Resultado se possui site próprio

13 respostas



Fonte: Autor (2023)

Com o resultado dessa pesquisa foi chegado na seguinte conclusão: As divulgações dos seus produtos ou serviços disponíveis são feitas através de redes sociais (92,3%), banners (38,5%), rádios (46,2,%), folders / folhetos/ jornais (38,5%), fachada da loja (7,7%), carro de som (7,7%), panfletos ou na própria gôndola do estabelecimento (7,7%), com isso esse trabalho acaba sendo muito maçante e árduo para quem o faz. Visto que na (Figura 04) todos os que responderam à pesquisa, nenhum possui um site próprio para centralizar seus produtos ou serviços disponíveis. Com isso será desenvolvido um website para formalizar essa ideia de como é feito a divulgação de produtos e serviços hoje em dia, com a criação do site irá otimizar o tempo e custo para fazer essas divulgações. Essa aplicação será hospedada na web utilizando o JavaScript como linguagem principal para desenvolvimento desse projeto. Adotar a aplicação na web tem muitas vantagens dentre algumas delas é o acesso a ferramenta podendo ser acessado por algum dispositivo que tem conexão à internet, a flexibilidade se torna maior.

6 TECNOLOGIAS UTILIZADAS

6.1 HTML

De acordo com Mdn Web (2023) o HTML é o bloco de construção mais básico da web. Define o significado e a estrutura do conteúdo da web. O "Hipertexto" refere-se a links que conectam páginas da web entre si, dentro de um único site ou entre sites. Os links são um aspecto essencial de um site. Ao enviar conteúdo para a Internet e vinculá-lo a páginas criadas por terceiros, você se torna um participante ativo na rede mundial de computadores. O HTML usa "Marcação" para anotar texto, imagens e outros conteúdos para exibição em um navegador da web.

O HTML foi criado pelo físico britânico, Tim Berners-Lee, sua primeira versão foi publicada em 1991, com base no sistema de hipertexto da internet, conjunto de dados que se estruturados permite ao usuário construir um website. Hoje, as especificações do HTML são monitoradas e desenvolvidas pelo Consórcio World Wide Web (W3C) (TOTVS, 2020).

Sigla para HyperText Markup Language que significa Linguagem de Marcação de Hipertexto, o HTML é o componente base da web. Isso quer dizer que ele permite a construção de websites e a inserção de novos conteúdos, como imagens e vídeos, por meio dos hipertextos.

Os hipertextos são uma combinação de diversos elementos como eles palavras, vídeos e conteúdo que quando conectados criam uma rede de dados que permite a comunicação, o armazenamento e o compartilhamento de informações. Por exemplo, ao visitar uma página da web, você encontrará informações diferentes com formatações diferentes, como parágrafos, marcadores e fontes diferentes, então essa estruturação é feita em HTML (TOTVS, 2020).

Alguns dos usos mais comuns existentes para o HTML são:

Desenvolvimento web: Os desenvolvedores usam códigos HTML para projetar como um navegador vai exibir os elementos das páginas, como textos, hiperlinks e arquivos de mídia.

Navegação na internet: Os usuários podem navegar facilmente e inserir links entre páginas e sites relacionados, já que o HTML é amplamente usado para incorporar hiperlinks;

Documentação: O HTML torna possível a organização e a formatação de documentos, de maneira similar ao Microsoft Word. (LONGEN, 2023).

Segundo Longen (2023) um site contém várias páginas HTML diferentes. Por exemplo, pode ter uma página inicial, uma página "sobre" e uma página de contato,

cada um possui um arquivo HTML separado. Documentos HTML são arquivos que terminam com a extensão .html ou .htm. Um navegador lê um arquivo HTML e renderiza seu conteúdo para que os usuários da Internet possam ver.

Todas as páginas HTML possuem vários elementos que consistem em um conjunto de tags e atributos. Os elementos HTML são os blocos de construção de uma página da web. Uma tag informa ao navegador onde um elemento começa e termina, enquanto um atributo descreve as propriedades do elemento. Existem três principais partes de um elemento são:

- **Tag de abertura:** usada para dizer onde um elemento começa a ter efeito. A tag é cercada de colchetes angulares para abertura e fechamento. Por exemplo, use a tag de abertura <p> para criar um parágrafo.
- **Conteúdo:** essa é a parte que os usuários verão.
- **Tag de fechamento:** igual à tag de abertura, mas com uma barra antes do nome do elemento. Por exemplo, </p> para encerrar um parágrafo.

Figura 05: Tag HTML

```
<p>
  Busque seu produto favorito e adicione no carrinho e receba em sua casa de forma segura.
  Não encontrou o que deseja? Nos chame nas redes sociais abaixo e solicite o produto sob encomenda.
</p>
```

Fonte: Autor (2023)

Outra parte importante de um elemento HTML é seu atributo, que possui duas partes: o nome e o valor do atributo. O nome identifica informações adicionais que o usuário deseja adicionar, enquanto o valor do atributo fornece especificações adicionais.

Por exemplo, um elemento de estilo que adiciona uma cor roxa e uma família de fontes verdana ficaria assim:

Figura 06: Exemplo HTML

```
<p style="color:purple;font-family:verdana">É assim que você adiciona um
parágrafo no HTML.</p>
```

Fonte: Andrei Logen (2023)

Outro atributo é a classe HTML, que é mais importante para desenvolvimento e programação. Essa classe de atributo adiciona informações de estilo que podem funcionar em elementos diferentes com o mesmo valor de classe.

Cada documento HTML deve começar com uma declaração `<!DOCTYPE>` para informar ao navegador qual é o tipo de documento. Com o HTML5, a declaração doctype HTML pública será:

Figura 07: Declaração doctype

```
<!DOCTYPE html>
```

Fonte: Autor (2023)

HTML é a principal linguagem encontrada na Internet, cada página HTML possui uma série de elementos que criam a estrutura do conteúdo da página ou aplicativo. HTML é uma linguagem amigável para iniciantes, com muito suporte e usada principalmente para páginas estáticas. HTML funciona melhor em conjunto com CSS para aplicar estilos e JavaScript para implementar funcionalidades (LONGEN, 2023).

6.2 CSS

Segundo Rockcontent (2022) CSS é uma linguagem de design gráfico escrita dentro do código HTML de uma página web que permite uma criação de páginas mais precisa, além de utilizar estilos como cores, bordas, formas, fontes entre outros. Ela é a sigla Cascading Style Sheets, que pode ser traduzido como folhas de estilos em cascata em português, e foi desenvolvido pelo W3C em 1996. Esse nome foi dado porque as propriedades se aplicam de cima para baixo, por meio de regras que possuem um esquema prioritário.

De uma forma prática o CSS atua como uma camada de personalização de conteúdo visível. Os tipos de linguagens listados foram projetados para serem funcionais e, como se tratava de marcação, precisavam ser melhorados. Ele foi criado porque o HTML não conseguia entender todas as necessidades que um programador tinha para criar padrões de formatação nas páginas. CSS neste caso veio como uma boa solução para melhorar a estética dos sites.

Segundo Pereira (2009) afirma que com o desenvolvimento das ferramentas de programação, os sites adotaram cada vez mais estilos e variantes para torná-los mais elegantes e atraentes para os usuários. Como resultado, linguagens de marcação simples como HTML, destinadas a apresentar conteúdo, também precisavam ser melhoradas. Novas tags e atributos de estilo foram criados para o

HTML, resumindo ele passou a cumprir a função de estruturar o conteúdo e apresentá-lo ao usuário final. Porém, isso começou a se tornar um problema para os desenvolvedores porque não havia como definir, por exemplo, um padrão para todos os cabeçalhos ou conteúdos de páginas diferentes. Ou seja, as alterações teriam que ser feitas manualmente, uma de cada vez.

O CSS nasceu dessas complicações, foi desenvolvido principalmente para permitir que o conteúdo e o formato de um documento (na linguagem de formatação utilizada) sejam separados de sua apresentação, incluindo elementos como cores, formatos de fonte e layout. Essa separação proporcionou maior flexibilidade e controle na determinação de como os recursos seriam exibidos, permitiu o compartilhamento de formatos e reduziu a repetição do conteúdo estrutural da página (PEREIRA, 2009).

Segundo Silva (2023) CSS basicamente informa ao navegador como cada elemento HTML da página deve aparecer. É possível usar CSS diretamente no seu HTML, mas uma das melhores maneiras de usá-lo é criar um arquivo separado com a extensão “.CSS” que contém as diretrizes de estilo da sua página. Em seguida, você vincula esse arquivo “.CSS” ao seu arquivo HTML usando a tag <link>.

Figura 08: Utilizando o arquivo CSS no HTML

```
<link rel="stylesheet" href="./css/main.css" />
```

Fonte: Autor (2023)

Dentro de um arquivo CSS, pode-se definir estilos para vários elementos HTML, como títulos, parágrafos, imagens e links. Por exemplo, definir a cor do texto, o tamanho da fonte e o espaçamento entre linhas para um título específico.

Figura 09: Utilizando CSS

```
.title {  
  color: var(--color-back);  
  font-size: 40px;  
  margin-top: 5px;  
}
```

Fonte: Autor (2023)

O `.title` será o elemento que queremos estilizar (podendo ser uma tag, uma classe, um identificador), a propriedade será o que iremos alterar (color, font-size, margin-top).

6.3 JAVASCRIPT

Segundo Coutinho (2023) JavaScript, popularmente chamado de JS, é uma linguagem de programação de alto nível, ou seja, é uma linguagem de fácil compreensão pelo ser humano, muito diferente da forma como um computador interpreta esses comandos. Esta linguagem foi desenvolvida em 1996 por um programador chamado Brendan Eich, que também foi um dos principais fundadores da Mozilla Corporation.

Muitas pessoas desconhecem que em sua fase inicial o JavaScript foi desenvolvido exclusivamente para operar no navegador Netscape Navigator. Sua finalidade era simplificar os processos que ocorriam dentro de páginas da web. Com o tempo, a Microsoft passou a incorporar o JavaScript em seus próprios navegadores, incorporando a linguagem em suas aplicações. Esse movimento impulsionou ainda mais o JavaScript, ajudando a linguagem a se tornar o que é hoje.

Dessa forma, o JS foi atualizado e passou por diversas modificações ao longo do tempo, tornando-se cada vez mais versátil e fácil de manipular. Hoje em dia é possível desenvolver aplicativos desktop, mobile e até jogos eletrônicos. Um detalhe importante a mencionar é que embora a nomenclatura desta linguagem tenha “Java”, o JavaScript não é derivado e não tem ligação direta com Java (COUTINHO, 2023).

Segundo Munhos (2023) utilizando JS, é possível ver mensagens e informações relevantes, verificar ou alterar a apresentação visual das páginas de acordo com o comportamento que deseja que sua página tenha, tudo através do navegador do usuário. Neste sentido, existe a possibilidade de utilizar o sistema sem ligação à Internet. Não há dúvida de que JavaScript é uma das linguagens mais importantes entre os desenvolvedores. Torna-se ainda mais necessário porque tem diferentes aplicações em diferentes locais.

Sua principal função é programar funções e códigos que podem ser incluídos em páginas desenvolvidas em HTML. Desta forma, estas páginas, antes estáticas, funcionam de forma dinâmica. Um detalhe importante é que JS é uma linguagem

que funciona localmente, ou seja, diretamente no navegador do usuário. Isso distingue JS de PHP, que é executado em um servidor remoto. Outra característica importante do JS é receber e enviar dados de forma síncrona e assíncrona. Ser capaz de processar, verificar e exibir informações instantaneamente (COUTINHO, 2023). Vejamos um exemplo de código JS:

Figura 10: Exemplo de utilização JS

```
1  if(confirm("Deseja continuar?")){
2      alert("Sim");
3  } else {
4      alert("Não");
5  }
```

Fonte: Thiago Coutinho (2023)

Existem outras funcionalidades possíveis com essa linguagem entre elas:

- Armazenar conteúdos em variáveis;
- Realizar operações com strings (forma em que pedaços de texto são chamados em programação);
- Executar códigos de acordo com eventos pré determinados.
- Outras funções podem ser conferidas através das APIs da linguagem, conjunto de códigos e instruções que auxiliam o desenvolvedor em criar funções mais complexas.

JavaScript é muito importante no mercado, o fato é que a maioria dos sites e aplicações web utilizam recursos JavaScript, galerias de imagens, rolagem de páginas, animações, validação, manipulação de elementos HTML e CSS e muito mais podem ser baseados em JavaScript. É uma linguagem especial orientada a eventos que pode contar com frameworks (AngularJS, node.js, Ember.js, ReactJS) e bibliotecas específicas como jQuery para apoiar seu desenvolvimento com a linguagem (RAFAEL MUNHOS, 2023).

6.4 BOOTSTRAP

Segundo Lima (2023) Bootstrap é uma estrutura front-end que fornece estruturas CSS para a criação rápida e fácil de sites e aplicações responsivas. Além disso, ele pode lidar com sites para desktop e dispositivos móveis. Originalmente

desenvolvido para o Twitter por um grupo de desenvolvedores liderado por Mark Otto e Jacob Thornton Logo, o Bootstrap se tornou uma das estruturas de front-end e projetos de código aberto mais populares do mundo.

Antes de ser uma estrutura de código aberto, o Bootstrap era conhecido como Twitter Blueprint. Após vários meses de desenvolvimento, o Twitter realizou sua primeira Hack Week: o projeto ganhou enorme popularidade à medida que desenvolvedores de todos os níveis de habilidade usavam a estrutura sem qualquer orientação externa. Após este evento, serviu como guia de estilo para o desenvolvimento de ferramentas internas da empresa por mais de um ano antes de seu lançamento se tornar público.

Geralmente, o Bootstrap é distribuído usando o site oficial e o npm (node package manager) gerenciador de pacotes do node. js. Também é possível criar novas distribuições usando o código-fonte ou por meio de sua própria rede de distribuição de conteúdo Bootstrap, conhecida como CDN. Um CDN permite que um site obtenha arquivos públicos usados com frequência de servidores distribuídos globalmente (LIMA, 2023).

A imagem abaixo ilustra a utilização do Bootstrap em um arquivo .html:

Figura 11: Utilização do Bootstrap

```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="UTF-8" />
    <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge" />
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0" />
    <title> FIRE TABACARIA</title>
    <link rel="shortcut icon" href="./img/Logo-Site.png" type="image/x-icon">

    <link rel="stylesheet" href="./css/bootstrap.min.css" />
  </head>
```

Fonte: Autor (2023)

- meta charset="utf-8": Mostra o conjunto de caracteres usados para escrever o site;
- meta http-equiv="X-UA-Compatible": Determina a versão do Internet Explorer que deve renderizar a página. Usando a versão Edge do navegador, ele fica configurado para usar o modo mais elevado disponível;

- `meta name="viewport"`: Garante que a página tem a proporção de 1:1 em qualquer tamanho de visualização;
- `link href="css/bootstrap.min.css" rel="stylesheet"`: É a parte onde adicionamos o CSS do Bootstrap.

Com isto conclui-se que o Bootstrap é um framework gratuito que está se tornando cada vez mais popular entre os desenvolvedores front-end. É fácil de usar e economiza muito tempo dos desenvolvedores porque eles não precisam mais escrever a sintaxe manualmente toda vez que programam. A estrutura também é muito flexível e pode atender quase todas as necessidades de desenvolvimento de aplicações web. As suas melhores habilidades incluem, mas não se limitam, a funções que permitem que páginas na internet funcionem em telas de qualquer tamanho (LONGEN, 2023).

6.5 JQUERY

Segundo Bastos (2022) JQuery é uma biblioteca de JavaScript de código aberto criada em 1996 por John Resig. Sua principal função é simplificar as linhas de código que são transmitidas e interpretadas pelo navegador do cliente, permitindo a introdução de efeitos visuais mais complexos na interface do site. Resumindo, JQuery permite que um desenvolvedor escreva um script mais simples que enriquece visualmente as páginas da web e, assim, melhora a experiência de navegação do usuário. Na era da transformação digital e do uso comercial da Internet, é muito importante ter uma biblioteca JQuery e outras que ofereçam as mesmas funcionalidades para tornar os sites mais atrativos, os usuários possam visualizá-los por mais tempo, e posteriormente se sentirem mais confortáveis comprando e compartilhando a página com outros. Técnicas complexas de webdesign em uma página HTML que seriam bem longas e complicadas precisam de muito menos para funcionar perfeitamente com a ajuda desse framework.

Além disso, por ser open source, o JQuery pode receber uma série de atualizações para melhorar seu funcionamento, e também conta com uma comunidade robusta de desenvolvedores envolvidos no projeto. Portanto, entender o que é JQuery e utilizá-lo no seu dia a dia de trabalho de desenvolvimento web tende a agilizar o processo e fornecer ao usuário um site mais rico e interativo (BASTOS, 2023).

Podemos obter o jQuery gratuitamente fazendo o download da biblioteca no próprio site oficial. Após baixar o jQuery pode-se adicionar o mesmo na pasta do seu projeto e referenciar ele no arquivo .html inserido dentro da tag head do site utilizando o parâmetro SRC dentro da tag SCRIPT conforme exemplo na (Figura 12).

Figura 12: Incluindo arquivo jQuery

```
1 <html>
2 <head>
3 <title>...</title>
4 <!-- Versão development jQuery -->
5 <script type="text/javascript" src="jquery.js"></script>
6 </head>
```

Fonte: José (2013)

6.6 FONT AWESOME

Segundo Viking (2019) Font Awesome nada mais é do que um conjunto de ícones baseados em webfont e CSS. Foi lançado em 2012 por Dave Gandy, um excelente desenvolvedor desde então, esse conjunto de ícones ganhou um grande espaço na comunidade do retrocesso e se tornou referência visual em diversos projetos.

Em outras palavras, podemos carregar uma webfont com um conjunto magnífico de ícones, existe uma versão premium que vem com ainda mais ícones para usar, mas também existe o pacote gratuito onde o mesmo funciona para quase todos os projetos. De qualquer forma, o Font Awesome pode ser utilizado em sites ou blogs.

Para utilizar os ícones do Font Awesome é muito simples, basta adicionar a seguinte linha dentro do <head> da sua página HTML:

Figura 13: Utilização do Font Awesome

```
<link rel="stylesheet" href="https://cdnjs.cloudflare.com/ajax/libs/font-awesome/5.11.2/css/all.css">
```

Fonte: Autor (2023)

Após isto, para utilizar os ícones do Font Awesome, você precisa informar o prefixo fa e o nome do ícone. Para localizar os tipos de ícones que você quer utilizar

no projeto você pode buscá-los no site oficial da Font Awesome, na (Figura 14) vemos a utilização em um projeto.

Figura 14: Usando o Font Awesome

```
<!DOCTYPE html>
<html>

<head>
  <link rel="stylesheet" href="https://cdnjs.cloudflare.com/ajax/libs/font-aw
</head>

<body>
  <i class="fa fa-car"></i>
  <i class="fa fa-car" style="font-size:48px;"></i>
  <i class="fa fa-car" style="font-size:60px; color:red;"></i>
</body>

</html>
```

Fonte: Programador Viking (2019)

O Font Awesome foi criado para ser utilizado com elementos embutidos, logo, são usados amplamente para ícones. Pode-se estilizar eles de acordo com a necessidade, é possível alterar o tamanho da fonte ou a cor do contêiner do ícone, o mesmo será alterado. Ou seja, esta regra também vale para sombras e qualquer outra propriedade que seja herdada usando o CSS.

6.7 ANIMATE CSS E WOW JS

Segundo Pinho (2017) o Animate.css é um projeto criado por Daniel Eden – atualmente designer de produto no Facebook. Conforme declarado na descrição do GitHub, o projeto é uma série de animações legais, leves e divertidas que você pode usar em seus projetos. Na sua página oficial temos uma amostra de todas as animações que podemos colocar nos nossos elementos. São mais de 30 animações muito bem feitas.

O bacana deste projeto é que é realmente muito fácil inseri-lo nos projetos. O primeiro passo é colocá-lo em algum arquivo .html e inseri-lo no <head> por meio de um CDN ou baixando a biblioteca e a inserindo conforme a (Figura 15).

Figura 15: Inserindo o Animate CSS

```
<link rel="stylesheet" href="./css/animate.css" />
```

Fonte: Autor (2023)

Feito isso, basta você selecionar um elemento do seu HTML e adicionar a classe CSS `animated` acompanhada do nome da animação que pode ser encontrada no site oficial do `animated css`.

Figura 16: Utilizando o Animate CSS

```
<div class="modal-full animated fadeIn hidden" id="modalCarrinho">
```

Fonte: Autor (2023)

Podemos configurar a duração da animação, delay e iteração através das propriedades: `animation-duration`, `animation-delay` e `animation-iteration-count` respectivamente. Entretanto quando o usuário abrir a página do site todas essas animações serão exibidas em telas conforme foram utilizadas, para resolver este problema podemos utilizar o `WOW JS` para estas animações serem exibidas somente quando o usuário estiver nela (PINHO, 2017).

Segundo Pinho (2017) o `WOW JS` é uma biblioteca javascript que auxilia a criar animações que acontecem de acordo com o scroll do usuário no nosso site. Ela se casa muito bem com o `animate css` e nos permite configurar uma série de atributos. Para utilizar o `WOW` em algum projeto você precisa incluir a biblioteca, instanciar um objeto `WOW` e chamar o método `init()`:

Figura 17: Incluindo a biblioteca WOW

```
<script src="js/wow.min.js"></script>  
<script>new WOW().init();</script>
```

Fonte: Diego Pinho (2017)

Após ter incluído a biblioteca do `WOW` o desenvolvedor poderá incluir a classe `wow` no elemento que você quer animar, acompanhada com o nome da animação (vinda do `animate.css`).

Figura 18: Utilizando o WOW com Animate CSS

```
<h1 class="wow fadeInLeft"><b>Fire <b class="color-primary">Tabacaria</b></b></h1>

<p class="wow fadeInLeft delay-01s">
```

Fonte: Autor (2023)

6.8 API VIACEP

Segundo Silva (2019) ViaCep é um serviço web que permite consultar gratuitamente um CEP brasileiro. Para consultar o CEP, basta enviar uma solicitação, utilizando o protocolo HTTP para a API do ViaCep e depois obter um retorno com informações como CEP, nome da cidade, código da cidade, UF, etc. Por exemplo, para consultar o código municipal de um CEP específico, basta enviar uma solicitação para a URL viacep.com.br/ws e informar o CEP e o formato de retorno, se prefere Json, xml, piped, etc. Para ilustrar o passo a passo de consulta de um determinado endereço utilizando a API ViaCep temos o exemplo abaixo:

Você irá mandar uma requisição HTTP: <https://viacep.com.br/ws/89855000/json/>
E a mesma irá retornar um json com as informações que contem sobre o CEP:

Figura 19: Retorno API ViaCep

```
{
  "cep": "89855-000",
  "logradouro": "",
  "complemento": "",
  "bairro": "",
  "localidade": "Sul Brasil",
  "uf": "SC",
  "ibge": "4217758",
  "gia": "",
  "ddd": "49",
  "siafi": "5595"
}
```

Fonte: Autor (2023)

A integração com APIs é simples e em alguns casos pode-se encontrar exemplos de códigos prontos como este do ViaCep. Acessando a página do ViaCep pode-se encontrar exemplos de requisições e um acervo com exemplos de códigos prontos em diversas linguagens de programação (SILVA, 2019).

6.9 000WEBHOST

Segundo Souza (2020) O serviço de hospedagem gratuita 000Webhost foi lançado oficialmente em 2007 e tem crescido organicamente atraindo milhões de usuários com sua tecnologia de hospedagem baseada em nuvem, poucos recursos, poucos anúncios e uma comunidade dedicada a melhorar a experiência de uso da plataforma de criação e gerenciamento de sites.

O 000Webhost é um serviço de hospedagem web gratuito, mas com opções de planos pagos para projetos que demandam uma infraestrutura mais robusta. A empresa é operada pela Hostinger e funciona desde 2007. Muitos usuários afirmam que, ao longo dos anos, os serviços da 000Webhost melhoraram significativamente.

A infraestrutura da empresa conta com o banco de dados MariaDB empregado em contêineres LXC, usa hardware heterogêneo e centenas de servidores. Além disso, tem balanceamento de carga automatizado, que migra usuários entre nós conforme e identifica a sobrecarga no sistema.

A plataforma roteia consultas por meio do HAProxy e do ProxySQL, tem ferramentas de gerenciamento de e-mail, serviço de backup automatizados, otimização para mecanismo de pesquisa e certificados SSL. Os usuários podem administrar seus sites por meio de um cPanel, com interface do usuário traduzido para mais de 40 idiomas.

Embora o serviço seja gratuito, ele apresenta certas limitações, como o número de sites que podem ser hospedados, espaço em disco e largura de banda. Como qualquer outro produto com duas versões, as opções premium têm mais funcionalidades, recursos, limites de dados e largura de banda disponíveis (SOUZA, 2019).

7 DESENVOLVIMENTO DO SITE

Neste capítulo, são apresentados os tópicos referentes ao desenvolvimento e implementação do sistema, as funcionalidades do site e interface. São apresentados os requisitos funcionais e não funcionais, juntamente com a apresentação de diagramas UML e o caso de uso.

7.1 REQUISITOS FUNCIONAIS E NÃO FUNCIONAIS

Os requisitos são componentes indispensáveis para conferir operacionalidade, segurança e eficiência a uma solução, possibilitando a resolução do problema inicialmente proposto. Desse modo, a ausência de requisitos essenciais, como conectividade, sistema operacional, plataforma e interface, por exemplo, inviabiliza o desenvolvimento de um software operacional para a utilização do usuário. Resumidamente, tanto os requisitos funcionais quanto os não funcionais desempenham um papel de extrema relevância na criação e na usabilidade de um sistema a ser desenvolvido (CASA DO DESENVOLVEDOR, 2023).

Segundo Visure (2023) um requisito funcional consiste em uma afirmação sobre o comportamento desejado de um sistema, delineando o que o sistema deve realizar para atender às exigências ou expectativas do usuário. Pode-se conceber os requisitos funcionais como características percebidas pelo usuário. Esses requisitos se distinguem dos não funcionais, os quais especificam o funcionamento interno do sistema.

Os Requisitos Não Funcionais delineiam a maneira como o sistema executará suas operações, embora essa definição possa não ser tão evidente. Ao contrário dos requisitos funcionais, esses requisitos não estão diretamente vinculados às funcionalidades específicas do sistema. Também conhecidos como atributos de qualidade, eles desempenham um papel significativo no desenvolvimento do sistema. Geralmente tratados como premissas e restrições técnicas do projeto, os requisitos não funcionais englobam praticamente todas as necessidades que não podem ser abordadas exclusivamente por meio de funcionalidades específicas (CANGUÇU, 2021).

Tabela 01: Requisitos Funcionais e Não funcionais

Requisitos Funcionais	Requisitos Não Funcionais
<ul style="list-style-type: none"> ● Permitir que o usuário escolha os produtos desejados em diferentes categorias. ● Disponibilizar ao usuário a visualização dos produtos que foram adicionados ao carrinho. ● Permitir que o usuário opte em escolher para retirar no local ou ser entregue os produtos escolhidos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Impedir que o usuário acesse a base de dados. ● O site deve fazer o mínimo de requisições possíveis para a API.

Fonte: Autor (2023)

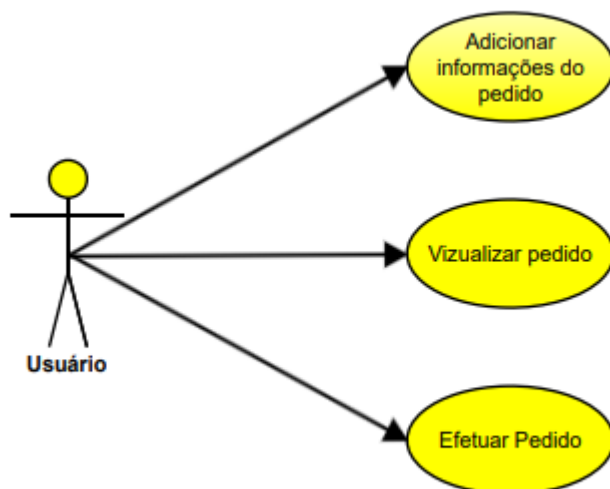
Na tabela 01 foram identificadas as necessidades do estabelecimento e levantadas as principais funcionalidades que o site deve oferecer ao usuário.

7.2 MODELAGEM

O propósito do diagrama de caso de uso na UML é ilustrar as diversas formas pelas quais o usuário pode interagir com um sistema. Na Linguagem de Modelagem Unificada (UML), o diagrama de caso de uso sintetiza as informações sobre os usuários do sistema (também referidos como atores) e suas interações com o sistema (LUCIDCHART, 2023).

Na elaboração do website, foram empregados alguns diagramas UML com o intuito de proporcionar uma representação mais nítida e compreensível das atividades ocorridas durante a utilização do website.

Figura 20: Diagrama de caso de uso do site



Fonte: Autor (2023)

Na Figura 20, encontra-se o Diagrama de Caso de Uso do protótipo. O caso de uso central, denominado "Efetuar Pedido", será detalhado na Tabela 2 a seguir.

Tabela 02: Especificação do Caso de uso (Efetuar Pedido)

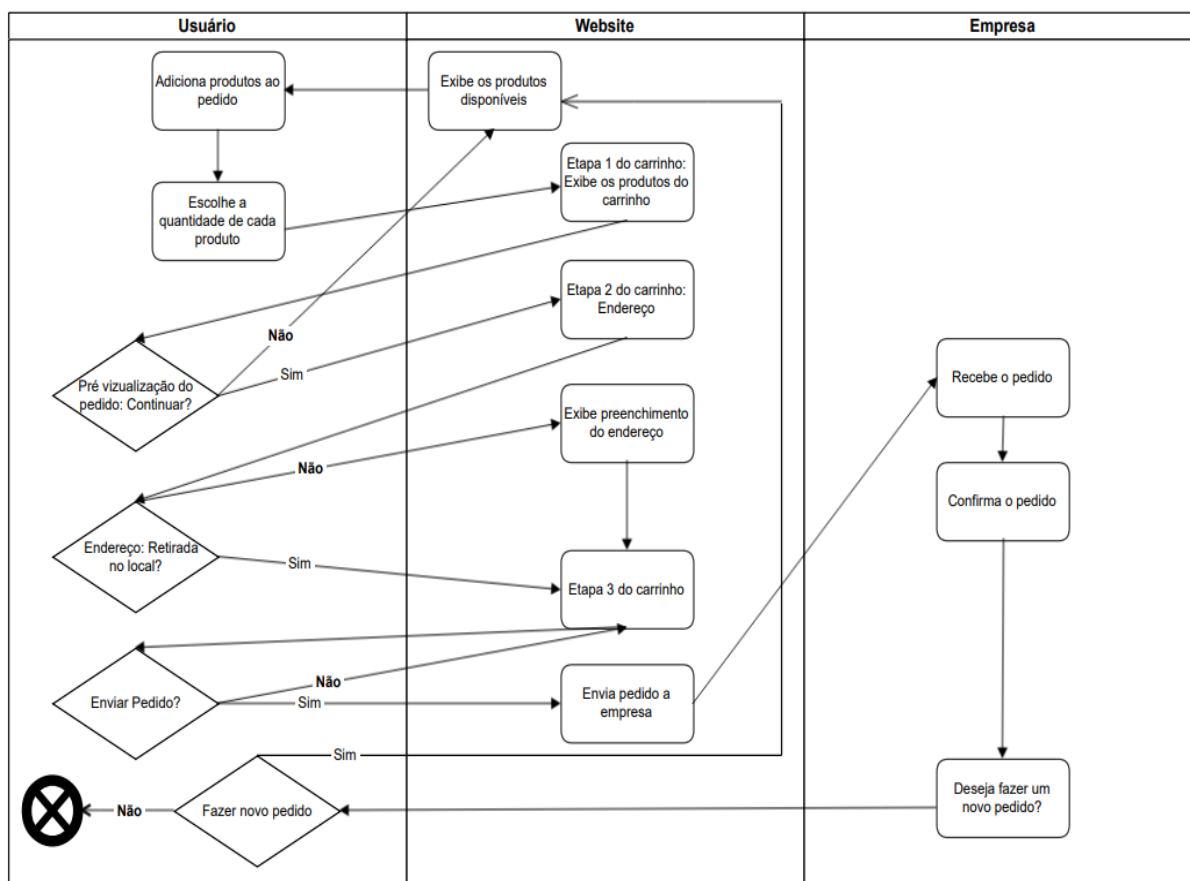
Caso de uso: Efetuar Pedido	
Descrição	Este caso de uso descreve as etapas para realizar um pedido
Autor	Usuário do sistema
Fluxo de eventos Primários	<ol style="list-style-type: none"> 1. O caso de uso inicia-se quando o ator seleciona a um produto desejado de uma categoria ao carrinho. 2. O ator seleciona a quantidade desejada dos produtos escolhidos. 3. O ator seleciona as opções desejadas do pedido. 4. O ator deve revisar o pedido e finalizar.
Condições	O pedido deve ser encaminhado para o estabelecimento.

Fonte: Autor (2023)

A representação do fluxo dos processos ligados às tarefas realizadas pelo site pode ser efetuada por meio de um Diagrama de Atividades. Esse diagrama constitui

uma representação visual que esboça o fluxo de controle entre as diferentes atividades, conforme estabelecido pela linguagem UML.

Figura 21: Diagrama de atividades do Caso de Uso para efetuar um pedido



Fonte: Autor (2023)

Na figura 21, é apresentado o Diagrama de atividades do caso de uso para efetuar um pedido no website.

7.3 INTEGRAÇÃO COM O WHATSAPP

Um potencial cliente tem a capacidade de iniciar uma comunicação com a empresa pelo WhatsApp sem necessidade de ter o contato armazenado previamente na lista telefônica. Isso ocorre porque a URL gerada direciona ao usuário diretamente para uma conversa no aplicativo em apenas alguns cliques.

Ao utilizar a URL da API do WhatsApp, é viável não apenas criar um link direto, mas também incluir uma mensagem automática que será enviada para você

pela pessoa que acessar o link. Essa funcionalidade pode ser empregada para auxiliar na identificação da origem do usuário. (CHIEREGATE E DANTAS, 2019).

Abaixo veremos as etapas para montar um link direcionador com mensagens personalizadas para o WhatsApp:

- **Acesse o link no navegador:** <https://api.whatsapp.com/send?phone=>
- **Adicione o número no final da URL:** Após o sinal de igual (=), inclua o seu número de WhatsApp com DDI (55, no caso do Brasil), DDD sem o zero e o telefone. Exemplo: [https://api.whatsapp.com/send?phone= 5549920008726](https://api.whatsapp.com/send?phone=5549920008726)
- **Inclua a mensagem:** Adicione “&text=” ao final do seu número no link; depois, escreva o texto. O espaço entre as palavras deve ser feito com o código “%20”, além disso, não é possível incluir pontuações como “?” e “!”. Exemplo do link com a mensagem:
- <https://api.whatsapp.com/send/?phone=5549920008726&text=Oi%C3%A1%20C+tudo+bem>

Com isso sabemos como podemos montar um link com texto na api do WhatsApp. Veremos na figura 22 como foi montado o link:

Figura 22: Montando o link da Api do WhatsApp

```
texto += `
\n\n*Total com Entrega: R$ ${ (VALOR_CARRINHO + VALOR_ENTREGA).toFixed(2).replace('.', ',')}*`;
texto += `
\n\n-----`;
texto += `
\n*OBS:* Caso queira adiantar seu pagamento pode estar efetuando um *PIX* no valor Total do pedio.`;
texto += `
\nApós o pagamento encaminhe o comprovante.`;
texto += `
\n\n*CHAVE PIX TELEFONE: 49920008726*`;

var itens = '';
```

Fonte: Autor (2023)

Existe uma variável (texto) onde recebe as informações descritas nos textos e nas variáveis como (VALOR_CARRINHO + VALOR_ENTREGA), e outra que receberá os itens chamada de (itens).

Figura 23: Convertendo a URL

```
//converte a URL
let encode = encodeURIComponent(texto);
let URL = `https://wa.me/${CELULAR}?text=${encode}`;
```

Fonte: Autor (2023)

Para Após isto precisamos converter essas informações para a URL adicionando as variáveis com os valores conforme acima.

7.4 APRESENTAÇÃO DA INTERFACE DO SITE

Para facilitar e proporcionar uma experiência melhor para o leitor, abaixo serão apresentadas as principais funcionalidades do site e como um usuário poderá efetivar uma compra. Para acessar o site basta utilizar um navegador de sua preferência e acessar o link: <https://firetabacaria.000webhostapp.com/>

- **Cabeçalho do site:** irá mostrar todas as ferramentas disponíveis como os produtos, serviços, contato e o carrinho podendo ser acessadas ou direcionadas através de um click, assim e com algumas informações principais.

Figura 24: Cabeçalho do site



Fonte: Autor (2023)

- **Aba de serviços:** irá listar todos os serviços disponíveis dentre elas como funciona o website com um tutorial caso o usuário tenha dificuldade em fazer algum pedido, como são feitas as entregas e quais são as formas de pagamentos aceitas pelo estabelecimento.

Figura 25: Aba de serviços

SERVIÇOS

Quais são nossos serviços



Fácil de pedir

Você só precisa de alguns passos para fazer o seu pedido. Caso tenha alguma dúvida de como funciona nosso catálogo basta em [\(Vídeo\)](#) para ver um tutorial básico de como funciona.



Entregas

Nossa entrega sempre é pontual, nos chame e combine a forma que irá ser a entrega. Caso não for decidido como será a forma de entrega enviaremos o pedido a você após a confirmação do pagamento com uma taxa padrão de **R\$30,00**. Você pode estar retirando no local também, busque nosse localização na aba de [Contatos](#).
Enviamos para todo o Brasil.



Formas de pagamentos

Nossa formas de pagamentos que são aceitas: **Dinheiro, Pix, Transferencias, Cartão de débito e Cartão de crédito** podendo ser parcelado em até 12x. Nos consulte e verifique as taxas quando parcelado.

Fonte: Autor (2023)


- **Contatos:** irá listar todas as formas de comunicação com o comerciante, para entrar em contato basta clicar na forma de contato desejada.


Figura 26: Contatos

CONTATOS


Quais são os nossos contatos

Entre em contato conosco caso tenha alguma dúvida.
Clique em [\(Loja Física\)](#) para nos encontrar.
Selecione a forma de contato clicando nos botões abaixo:


WhatsApp


Instagram

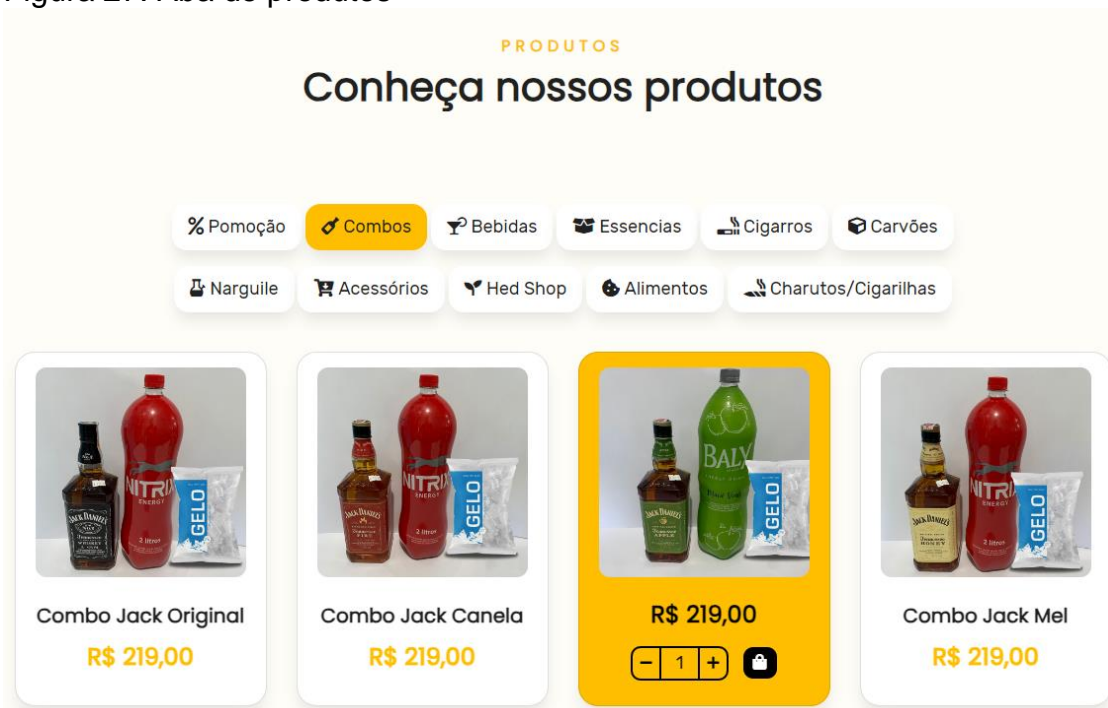

(49) 92000-8726


Loja Física

Fonte: Autor (2023)

- **Aba de produtos:** ele poderá escolher todos os seus produtos desejados para a compra podendo navegar entre as diferentes categorias de produtos, após isto ele poderá adicionar os itens a seu carrinho.

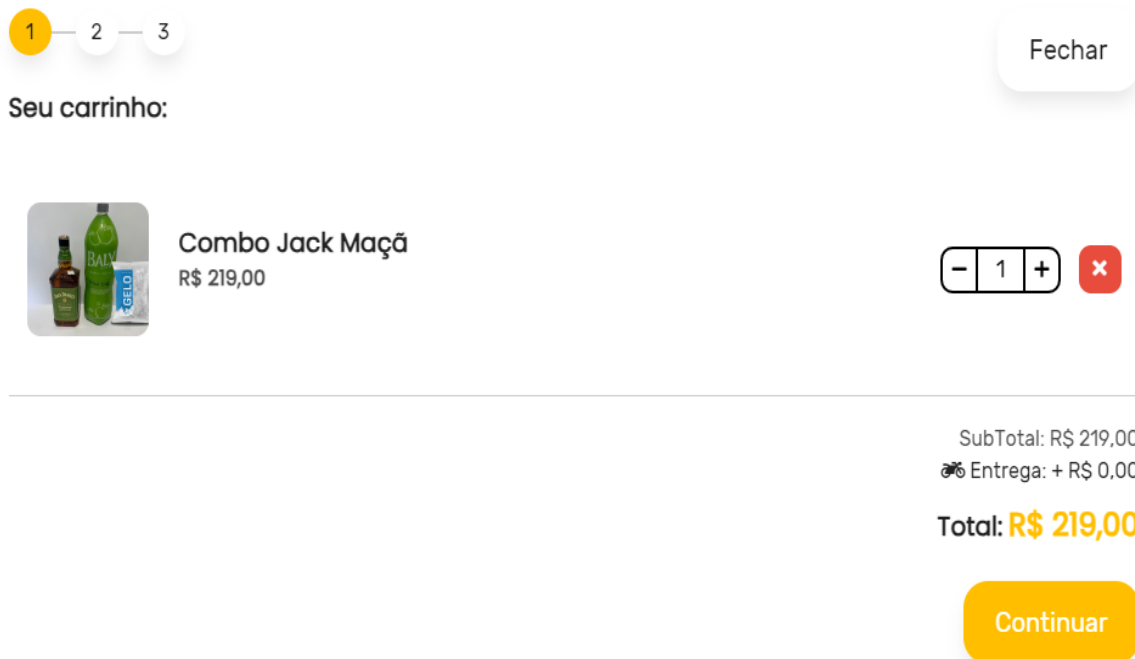
Figura 27: Aba de produtos



Fonte: Autor (2023)

- **Etapa 1 do carrinho:** após adicionados todos os produtos desejados para a compra, o usuário poderá acessar o seu carrinho clicando na maletinha que fica no canto inferior direito ou no cabeçalho do site, para assim dar continuidade e efetivar a compra. Na primeira aba do carrinho ele terá uma conferência dos produtos onde o mesmo pode adicionar mais quantidades a um produto ou removê-las.

Figura 28: Etapa 1 do carrinho



Fonte: Autor (2023)

- **Etapa 2 do carrinho:** na segunda etapa do carrinho ele irá selecionar o tipo de entrega podendo optar por retirar o produto em loja física ou ser entregue, caso deseje que os produtos sejam entregues o mesmo terá que preencher o destino onde será entregue a mercadoria, assim tendo o custo da entrega da mercadoria que terá um valor fixo.

Figura 29: Etapa 2 do carrinho

1 2 3

Fechar

Seu carrinho:

Retirada no Local: NÃO CEP: 89855000

Endereço: Rua Irineu Vogel Bairro: Centro Número: 772

Cidade: Sul Brasil Complemento: Ap.203 UF: SC

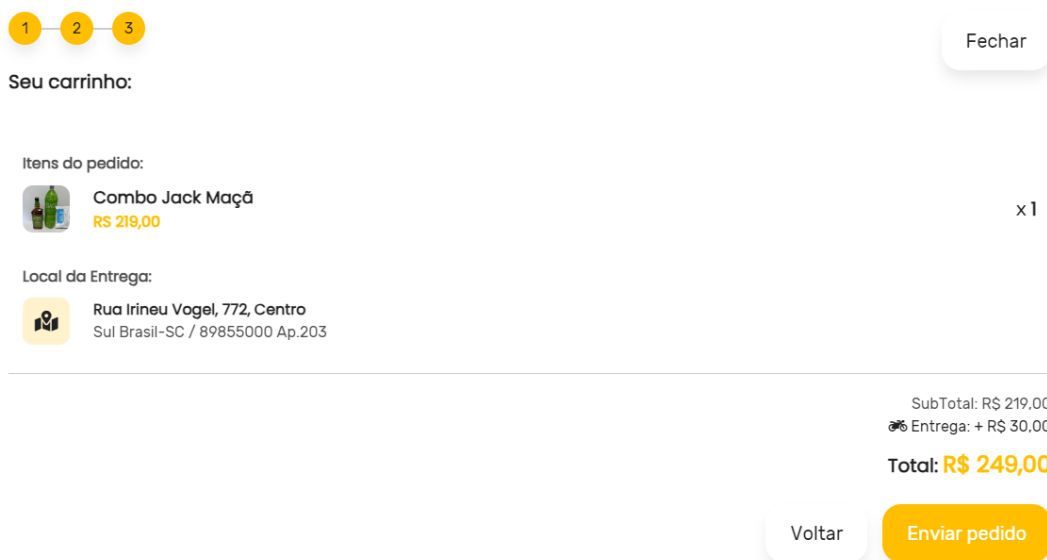
SubTotal: R\$ 219,00
Entrega: 30,00
Total: **249,00**

Voltar Revisar pedido

Fonte: Autor (2023)

- **Etapa 3 do carrinho:** na terceira etapa do carrinho ele irá revisar o pedido observando se todas as informações que ele adicionou estão corretas, após isto ele poderá encaminhar o pedido onde o mesmo será enviado através do WhatsApp para o comerciante.

Figura 30: Etapa 3 do carrinho



Fonte: Autor (2023)

Após o usuário ter clicado em (Enviar pedido) no dispositivo que o está acessado no site irá abrir o link do WhatsApp. Se o usuário estiver por um dispositivo móvel ou desktop e tiver o WhatsApp instalado irá abrir o aplicativo, caso contrário irá abrir o link no seu navegador conforme a (Figura 31):

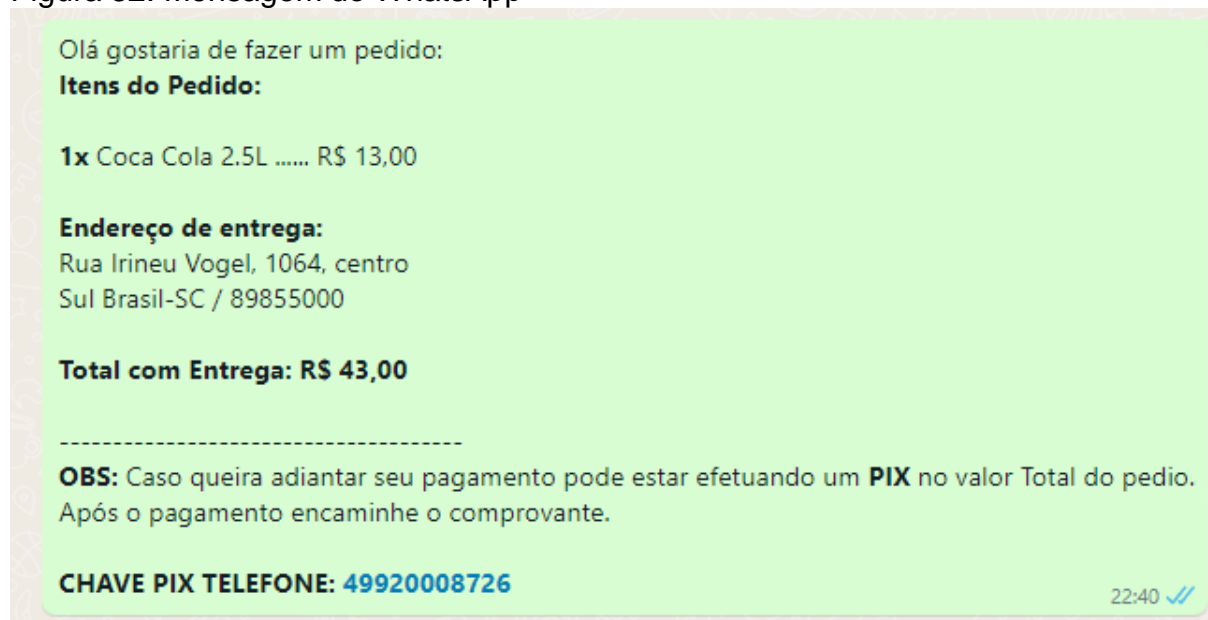
Figura 31: Direcionamento para o WhatsApp



Fonte: Autor (2023)

Após iniciar a conversa com o estabelecimento e enviar a mensagem do pedido para o WhatsApp do comerciante o mesmo receberá da seguinte forma conforme a (Figura 32):

Figura 32: Mensagem do WhatsApp



Fonte: Autor (2023)

O estabelecimento irá verificar todos os dados do pedido e confirmar se estão corretos. Em sequência o usuário deverá escolher a forma de pagamento a ser feita em contato com o comerciante e efetuar o pagamento, após a confirmação do pagamento se o usuário escolheu para ser entregue o comerciante passará o prazo estipulado para a entrega dos produtos selecionados. Já se optar em retirar no local o comerciante passará para o usuário o horário que o estabelecimento estará aberto para a retirada do seu pedido.

8 CRONOGRAMA

Atividades	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov
Pesquisa do tema					X					
Pesquisa bibliográfica							X	X	X	X
Coleta de Informações						X				
Modelo Visual					X					
Elaboração do trabalho					X	X	X	X	X	

9 CONCLUSÃO

Este trabalho foi desenvolvido para facilitar o relacionamento e comunicação entre a empresa e seus clientes, criando assim um maior alcance e capacidade de aproveitar oportunidades de negócios e assim, fortalecer a marca no ambiente digital. O website foi desenvolvido com alta usabilidade, para que os usuários não tenham problemas para usar nenhum dos recursos, então o usuário não perde o interesse pela marca e também pela escolha dos produtos ou serviços. Através deste site, a comunicação da empresa com oportunidades de fazer negócios se torna mais fácil e prático.

Com um site é possível ter uma grande concentração de informações, serviços, promoções e demais atividades desenvolvidas pela empresa. Com maior praticidade, graças à Internet. Com o website poderá ser acessado de qualquer lugar e hora. Durante a pesquisa realizada com o propósito de desenvolver o trabalho, percebemos que as empresas estão procurando mais maneiras de gerar riqueza com menos dinheiro esforço e uma das ferramentas que mais revolucionou os negócios é a utilização internet.

Criar um site bem desenvolvido traz uma aparência profissional para o negócio e pode aumentar a credibilidade da sua marca, empresa ou projeto. Os consumidores tendem a confiar mais nas empresas que têm uma presença online sólida. Com a internet pode-se expandir o seu negócio com um alcance maior e um público potencial.

Ao concluir este trabalho, adquirimos bons conhecimentos sobre este assunto, tipos de tecnologias e desenvolvimento de aplicações web, marketing e diversas situações que ocorreram durante o desenvolvimento. A oportunidade de utilizar os conhecimentos adquiridos em sala de aula e as novas tecnologias conhecidas na realização deste trabalho gera a experiência de contato com uma situação problema real. Por fim, concluo com a intenção do desenvolvimento do website seja apenas o começo, estando aberto para novas sugestões e melhorias no decorrer do tempo.

REFERÊNCIAS

ACCIOLY, Marcela (2023). **10 dicas de Marketing para Tabacaria (que realmente funcionam)**. Disponível em < <https://tabacarias.strelo.com.br/blog/10-dicas-de-marketing-para-tabacaria-que-realmente-funcionam/>>. Acesso em:23 out. 2023.

BASTOS, Rafael (2022). **Entenda o que é jQuery e a importância dessa biblioteca do JavaScript!** Disponível em < <https://br.godaddy.com/blog/o-que-e-jquery/#:~:text=O%20jQuery%20%C3%A9%20uma%20biblioteca,complexos%20na%20interface%20do%20site.>>. Acesso em:27 out. 2023.

CAMARGO, Gabriel (2021). **Por que ter um site: confira agora os 6 principais motivos**. Disponível em <<https://rockcontent.com/br/blog/por-que-ter-um-site/>>. Acesso em:10 out. 2023.

CASA, Desenvolvedor (2023). **Requisitos funcionais e não funcionais: o que são e como identificar?**. Disponível em < <https://blog.casadodesenvolvedor.com.br/requisitos-funcionais-e-nao-funcionais/>>. Acesso em:02 dez. 2023.

CHIEREGATE E DANTAS, Bárbara e Janaína (2019). **Como criar um link para o WhatsApp**. Disponível em < <https://tecnoblog.net/responde/como-criar-um-link-para-o-whatsapp/> >. Acesso em:04 dez. 2023.

CHAN, Daniela (2023). **25 Estatísticas de Compras Pela Internet e Como Capitalizá-las em 2023**. Disponível em < <https://www.hostinger.com.br/tutoriais/estatisticas-de-compras-pela-internet#:~:text=As%20vendas%20globais%20de%20varejo,45%2C74%20bilh%C3%B5es%20em%202022.>>. Acesso em:13 out. 2023.

COSTA, Bianca (2020). **7 vantagens do marketing para sua empresa**. Disponível em < <https://www.kommo.com/br/blog/beneficios-do-marketing/>>. Acesso em:20 out. 2023.

CROWD, Crowd (2022). **Por que é importante ter um site para o seu negócio**. Disponível em < <https://blog.crowd.br.com/importancia-de-ter-um-site/>>. Acesso em:17 out. 2023.

COUTINHO, Thiago (2023). **Entenda o que é JavaScript e quais as vantagens em utilizar essa linguagem de programação!** Disponível em < <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/o-que-e-javascript>>. Acesso em:30 out. 2023.

FORCE, Seles (2023). **Tudo sobre Marketing**. Disponível em < https://www.salesforce.com/br/products/marketing-cloud/tudo-sobre-marketing/?gclid=Cj0KCQjwy4KqBhD0ARIsAEBcT6gwUXBDyldJ3X2xDR08_cN7qSm0yGpQqKvipWZWBoZP6BA0fWMkcwkaAhSIEALw_wcB&d=7013y000002Ek9hAAC&nc=7013y000002EkHIAAK&utm_source=google&utm_medium=paid_search&utm_campaign=latam_br_mktlobaw&utm_content=pg-pt-mash_7013y000002Ek9hAAC&utm_term=marketingdigital&ef_id=Cj0KCQjwy4KqBhD0ARIsAEBcT6gwUXBDyldJ3X2xDR08_cN7qSm0yGpQqKvipWZWBoZP6BA0fWMk>

cwkaAhSIEALw_wcB:G:s&gclid=aw.ds&&pclid=672278065678&pdv=c&gad_source=1>. Acesso em:12 set. 2023.

INOVAÇÃO, Sebrae (2019). **Por que ter um site: confira agora os 6 principais motivos.** Disponível em < <https://inovacaosebraeminas.com.br/a-importancia-de-criar-um-site/>>. Acesso em:12 set. 2023.

JOSÉ, José (2013). **jQuery Tutorial.** Disponível em <https://www.devmedia.com.br/jquery-tutorial/27299>>. Acesso em:27 out. 2023.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio.** 10. ed. São Paulo: Prentice - Hall, 2000.

LANG, Danilo (2023). **Marketing para tabacarias: como trabalhar online e offline.** Disponível em < <https://kayamind.com/marketing-para-tabacarias-e-headshops/>>. Acesso em:22 out. 2023.

LUCIDCHART, Lucidchart (2023). **<https://www.lucidchart.com/pages/pt/diagrama-de-caso-de-uso-uml>.** Disponível em < <https://www.lucidchart.com/pages/pt/diagrama-de-caso-de-uso-uml>>. Acesso em:03 dez. 2023.

LONGEN, Andrei (2023). **Desvendando o Bootstrap: O Que É e Como Usar?** Disponível em < <https://www.hostinger.com.br/tutoriais/o-que-e-bootstrap>>. Acesso em:26 out, 2023.

LONGEN, Andrei (2023). **O Que é HTML: O Guia Definitivo para Iniciantes.** Disponível em < <https://www.hostinger.com.br/tutoriais/o-que-e-html-conceitos-basicos>>. Acesso em:29 out. 2023.

LIMA, Guilherme (2023). **Bootstrap: O que é, Documentação, como e quando usar.** Disponível em < <https://www.alura.com.br/artigos/bootstrap#:~:text=Bootstrap%20%C3%A9%20um%20framework%20front,dispositivos%20m%C3%B3veis%20da%20mesma%20forma.>>. Acesso em:26 out. 2023.

MUNHOS, Rafael (2023). **Para que serve Javascript: por que implementar em sites e aplicativos?** Disponível em < <https://br.godaddy.com/blog/para-que-serve-javascript/>>. Acesso em:30 out. 2023.

PATEL, Neil (2023). **Marketing digital: o que é, conceitos e vantagens.** Disponível em < <https://neilpatel.com/br/como-fazer-marketing-digital-o-guia-passo-a-passo/>>. Acesso em:14 out. 2023.

PEREIRA, Ana (2009). **O que é CSS?.** Disponível em < <https://www.tecmundo.com.br/programacao/2705-o-que-e-css-.htm>>. Acesso em:28 out. 2023.

PINHO, Diego (2017). **Animações com WOW.js e Animate.css.** Disponível em < <https://medium.com/code-prestige/anima%C3%A7%C3%B5es-com-wow-js-e-animate-css-5019ff0a97b9>>. Acesso em:27 out. 2023.

RAPHAEL, Canguçu (2021). **O que são Requisitos Funcionais e Requisitos Não Funcionais?**. Disponível em < <https://codificar.com.br/requisitos-funcionais-nao-funcionais/>>. Acesso em:02 dez. 2023.

ROCKCONTENT, Rockcontent (2022). **Entenda o que é CSS e quais as suas funções na internet.** Disponível em < <https://rockcontent.com/br/blog/css/>>. Acesso em:24 out. 2023.

SEBRAE, Sebrae (2020). **5 motivos para empreender no digital.** Disponível em < [SILVA, Anderson \(2023\). **Falando um pouco sobre CSS.** Disponível em < <https://www.dio.me/articles/falando-um-pouco-sobre-css>>. Acesso em:28 out. 2023.](https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/5-motivos-para-empreender-no-digital,e1e1d2a7a1202810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Os%20neg%C3%B3cios%20digitais%20s%C3%A3o%20excelentes,pagar%20por%20uma%20estrutura%20f%C3%ADsica.>https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/5-motivos-para-empreender-no-digital,e1e1d2a7a1202810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Os%20neg%C3%B3cios%20digitais%20s%C3%A3o%20excelentes,pagar%20por%20uma%20estrutura%20f%C3%ADsica.>>. Acesso em:12 set. 2023.</p>
</div>
<div data-bbox=)

SILVA, Fabi (2019). **Como Consultar CEP Através da API do ViaCEP.** Disponível em < [SOUZA, Ivan \(2020\). **Saiba agora como hospedar um site no 000webhost.** Disponível em < \[STEGEN, Gudrun \\(2013\\). **Museu Gutenberg reconstrói história da tipografia.** Disponível em <<https://www.dw.com/pt-br/museu-gutenberg-reconstr%C3%B3i-hist%C3%B3ria-da-tipografia/a-16747104>>. Acesso em:13 out. 2023.\]\(https://rockcontent.com/br/blog/000webhost/#:~:text=A%20000Webhost%20%C3%A9%20controlada%20pela,as%20vantagens%20do%20desenvolvimento%20web.>https://rockcontent.com/br/blog/000webhost/#:~:text=A%20000Webhost%20%C3%A9%20controlada%20pela,as%20vantagens%20do%20desenvolvimento%20web.>>. Acesso em:31 out. 2023.</p>
</div>
<div data-bbox=\)](https://blog.nstecnologia.com.br/viacep-como-consultar-cep/#:~:text=O%20ViaCep%20%C3%A9%20um%20WebService,do%20Munic%C3%ADpio%2C%20UF%2C%20etc.>https://blog.nstecnologia.com.br/viacep-como-consultar-cep/#:~:text=O%20ViaCep%20%C3%A9%20um%20WebService,do%20Munic%C3%ADpio%2C%20UF%2C%20etc.>>. Acesso em:31 out. 2023.</p>
</div>
<div data-bbox=)

TUTORIAIS, Hostinger (2023). **Por Que Ter um Site? Vantagens de Ter um Site para Uso Pessoal e Profissional.** Disponível em <[TOTVS, Equipe \(2020\). **O que é HTML? Saiba como esse recurso funciona.** Disponível em < \[VALENTE, Jonas \\(2020\\). **Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa.** Disponível em < <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>>. Acesso em:12 set. 2023.\]\(https://www.totvs.com/blog/developers/o-que-e-html/#:~:text=Sigla%20para%20HyperText%20Markup%20Language,v%C3%ADdeos%2C%20por%20meio%20dos%20hipertextos.>https://www.totvs.com/blog/developers/o-que-e-html/#:~:text=Sigla%20para%20HyperText%20Markup%20Language,v%C3%ADdeos%2C%20por%20meio%20dos%20hipertextos.>>. Acesso em:29 out. 2023.</p>
</div>
<div data-bbox=\)](https://www.hostinger.com.br/tutoriais/por-que-ter-um-site/#:~:text=Com%20um%20site%2C%20voc%C3%AA%20pode,%C3%A9%20adicionando%20um%20f%C3%B3rum%20online.>https://www.hostinger.com.br/tutoriais/por-que-ter-um-site/#:~:text=Com%20um%20site%2C%20voc%C3%AA%20pode,%C3%A9%20adicionando%20um%20f%C3%B3rum%20online.>>. Acesso em:12 out. 2023.</p>
</div>
<div data-bbox=)

VISURE, Visure (2023). **O que são Requisitos Funcionais: Exemplos, Definição, Guia Completo.** Disponível em < <https://visuresolutions.com/pt/blog/functional-requirements/>>. Acesso em:02 dez. 2023.

VOLPATO, Bruno (2023). **Tudo sobre Marketing: o que é, evolução, principais canais e tipos mais importantes.** Disponível em < <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/marketing/>>. Acesso em:13 out. 2023.

WEB, Mdn (2023). **HTML: Linguagem de Marcação de Hipertexto.** Disponível em < <https://developer.mozilla.org/pt-BR/docs/Web/HTML>>. Acesso em:25 out. 2023.

WIKING, Programador (2019). **Font Awesome: Aprenda a Utiliza-lo Em Seus Projetos.** Disponível em < <https://programadorviking.com.br/como-usar-o-font-awesome/>>. Acesso em:27 out. 2023.