

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE  
SISTEMAS**

**JONE EMILIO MAASS**

**DESENVOLVIMENTO DE LOJA VIRTUAL UTILIZANDO  
PLATAFORMA DE E-COMMERCE OPEN SOURCE**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**PATO BRANCO  
2013**

**JONE EMILIO MAASS**

**DESENVOLVIMENTO DE LOJA VIRTUAL UTILIZANDO  
PLATAFORMA DE E-COMMERCE**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, apresentado à disciplina de Trabalho de Diplomação, do Curso Superior de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Pato Branco, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo.

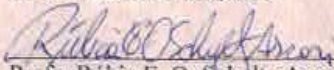
Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Rúbia E. O. Schultz Ascari, MSc.

**PATO BRANCO  
2013**

ATA Nº: 229

DEFESA PÚBLICA DO TRABALHO DE DIPLOMAÇÃO DO ALUNO JONE EMÍLIO MAAS.

Às 17:26 hrs do dia 6 de março de 2014, Bloco V da UTFPR, Câmpus Pato Branco, reuniu-se a banca avaliadora composta pelos professores Rúbia E. O. Schultz Ascari (Orientadora), Beatriz Terezinha Borsoi (Convidada) e Andréia Scariot Beulke (Convidada), para avaliar o Trabalho de Diplomação do aluno Jone Emílio Maas, matrícula 949833, sob o título **Desenvolvimento de Loja Virtual Utilizando Plataforma de E-commerce**; como requisito final para a conclusão da disciplina Trabalho de Diplomação do Curso Superior de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, COADS. Após a apresentação o candidato foi entrevistado pela banca examinadora, e a palavra foi aberta ao público. Em seguida, a banca reuniu-se para deliberar considerando o trabalho **APROVADO**. Às 18:02 hrs foi encerrada a sessão.



Profa. Rúbia E. O. Schultz Ascari, M.Sc.  
Orientadora



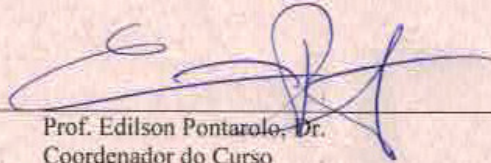
Profa. Beatriz Terezinha Borsoi, Dr.  
Convidada



Profa. Andréia Scariot Beulke, Esp.  
Convidada



Eliane Maria de Bortoli Fávero, M.Sc.  
Coordenador do Trabalho de Diplomação



Prof. Edilson Pontarolo, Dr.  
Coordenador do Curso

## RESUMO

MAASS, Jone Emilio. Desenvolvimento de loja virtual utilizando plataforma de *e-commerce*. 2013. 78f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) - Curso Superior de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Pato Branco. Pato Branco, 2013.

A comercialização por meio da Internet é, em geral, sustentada por sistemas de comércio eletrônico, também chamados de lojas virtuais. Esse trabalho tem como tema a utilização de uma plataforma de *e-commerce open source* para a personalização e implantação de uma loja virtual. Foi realizado um levantamento sobre plataformas de *e-commerce* disponíveis no mercado, identificadas algumas plataformas *open source* e verificado quais dessas são mais utilizadas. Dentre as plataformas estudadas, a plataforma chamada Magento foi selecionada para realização de um estudo de caso, referente à criação de uma loja virtual para comercialização de produtos de informática. Todo o processo realizado para instalação e configuração da loja virtual é descrito nesse trabalho. Com base na experiência adquirida, a recomendação é de que seja feito um estudo antes da utilização de qualquer plataforma, para entender bem o seu funcionamento, evitando assim problemas durante o processo de instalação ou personalização causados por desconhecimento da ferramenta. Conclui-se que o Magento é uma plataforma bem completa, com muitas funcionalidades, que exige um pouco de estudo para ser utilizada, mas pode-se considerar uma ótima plataforma para desenvolvimento fácil e rápido de uma loja virtual.

**Palavras-chave:** *E-commerce*. Plataforma de desenvolvimento. Loja virtual.

## ABSTRACT

MAASS, Jone Emilio. Development of virtual store using e-commerce platform open source. 2013. 78f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) - Curso Superior de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Pato Branco. Pato Branco, 2013.

Commercialization by means of Internet in general is supported by e-commerce systems, also called virtual stores. This work has as theme the use of an e-commerce platform for open source customization and deployment of a virtual store. Was performed survey about e-commerce platforms available in the market, was identified some open source platforms and verified which of these are most used. Among the studied platforms, the Magento was selected to conduct a case study on setting up a virtual store for selling computer products. The whole process carried out for installation and configuration of the virtual store is described in this work. Based on experience gained, the recommendation is that a study be done before using any platform, to understand how it works, thus avoiding problems during the installation or customization. Magento is a very complete platform with many features that require a bit of study to be used, but it can be considered a great platform for easy and rapid development of a virtual store.

**Keywords:** *E-commerce*. Development platform. Virtual store.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Balanço do primeiro semestre de 2012.....	18
Figura 2 - Balanço de 2012 .....	19
Figura 3 – Evolução do faturamento e-commerce (em bilhões de reais) .....	20
Figura 4 – Tela do painel de controle do WAMP .....	28
Figura 5 – Resultados da pesquisa sobre utilização de plataformas de e-commerce .....	30
Figura 6 - Tela de instalação do WampServer .....	32
Figura 7 - Tela de instalação do WampServer (PHP mail) .....	33
Figura 8 - Tela de download do Magento .....	34
Figura 9 - Tela de criação do Bando de Dados .....	35
Figura 10 - Tela inicial para instalação do Magento .....	35
Figura 11 - Tela de configuração de localização .....	36
Figura 12 - Tela de configuração de acesso ao banco de dados .....	37
Figura 13 - Tela de criação de acesso à loja virtual .....	38
Figura 14 - Tela final da configuração do Magento .....	39
Figura 15 - Tela inicial da loja virtual .....	39
Figura 16 - Tela e login administrativo.....	40
Figura 17 - Tela do painel administrativo da loja virtual.....	40
Figura 18 - Tela de tradução do Magento .....	41
Figura 19 - Tela de configuração do design da loja.....	41
Figura 20 - Tela inicial da loja após alteração de layout.....	42
Figura 21 - Tela com primeiro produto cadastrado.....	44
Figura 22 - Cadastro de produtos agrupados.....	45
Figura 23 - Exemplo de produto agrupado .....	45
Figura 24 - Cadastro de Produto Virtual.....	46
Figura 25 - Cadastro de produto digital .....	47
Figura 26 - Produto digital cadastrado.....	47
Figura 27 - Criando categorias .....	48
Figura 28 - Configurando produtos relacionados .....	49
Figura 29 - Produtos relacionados configurados .....	49
Figura 30 - Personalizando produtos .....	50

Figura 31 - Produto personalizado .....	50
Figura 32 - Configurando Tier Price .....	51
Figura 33 - Tier Price configurado .....	51
Figura 34 – Tela de gerenciando de pedidos .....	52
Figura 35 - Opção “recomprar” no painel do cliente .....	53
Figura 36 - Configurando termos de uso .....	54
Figura 37 - Termos de uso .....	54
Figura 38 - Cadastro de clientes .....	55
Figura 39 - Cadastrando grupo de clientes .....	56
Figura 40 - Clientes on-line .....	57
Figura 41 - Gerando chave de instalação Bcash.....	58
Figura 42 - Instalando módulo Bcash.....	59
Figura 43 - Configurando Bcash no site da loja Magento.....	60
Figura 44 - Copiando dados da conta Bcash .....	60
Figura 45 - Realizando pagamento com módulo Bcash.....	61
Figura 46 - Configurando módulo dos correios .....	62
Figura 47 - Usando módulo dos correios.....	63
Figura 48 - Adicionando imagem banner.....	63
Figura 49 - Configurando bloco .....	64
Figura 50 - Página inicial com banner configurado .....	65
Figura 51 - Apagando a imagem de propaganda do bloco estático .....	66
Figura 52 - Configurando código para adicionar bloco na página .....	67
Figura 53 - Página inicial com bloco estático esquerdo configurado.....	68
Figura 54 - Configurando enquete.....	69
Figura 55 - Enquete configurada .....	69
Figura 56 - Configurando promoção.....	70
Figura 57 - Configurando promoção.....	71
Figura 58 - Comprando com cupom de desconto .....	71
Figura 59 - Cadastro boletim informativo.....	72
Figura 60 - Assinando Newsletter .....	73
Figura 61 - Página inicial da loja configurada.....	73

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Conceitos sobre o comércio eletrônico.....	16
Quadro 2 - Código HTML para inclusão de bloco.....	66
Quadro 3 - Código html do banner-esquerdo.....	67



## LISTA DE SIGLAS

B2C	<i>Business to Consumer</i>
CE	Comércio Eletrônico
CMS	<i>Content Management System</i>
FTP	<i>File Transfer Protocol</i>
GPL	<i>General Public License</i>
HTTP	<i>Hyper-Text Transfer Protocol</i>
IBM	<i>International Business Machines Corporation</i>
OMC	Organização Mundial do Comércio
SAAS	<i>Software-as-a-Service</i>
SEO	<i>Search Engine Optimization</i>
SSL	<i>Secure Socket Layer</i>
TI	Tecnologia da Informação

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS .....	10
1.2 OBJETIVOS .....	11
1.2.1 Objetivo Geral .....	11
1.2.2 Objetivos Específicos .....	11
1.3 JUSTIFICATIVA.....	12
1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	12
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>14</b>
2.1 COMÉRCIO ELETRÔNICO .....	14
2.2 EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO .....	17
2.3 LOJAS VIRTUAIS .....	21
2.4 PLATAFORMAS DE E-COMMERCE.....	22
<b>3 MATERIAIS E MÉTODOS .....</b>	<b>26</b>
3.1 MATERIAIS .....	26
3.1.2 Servidor Web Apache.....	26
3.1.1 WampServer .....	27
3.2 MÉTODO .....	28
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>	<b>30</b>
4.1 INSTALAÇÃO DO WAMPSEVER .....	31
4.2 INSTALAÇÃO DO MAGENTO .....	33
4.3 PERSONALIZAÇÃO DA LOJA VIRTUAL .....	41
4.3.1 Cadastro de Produtos.....	42
4.3.1.1 Cadastro de Produtos Simples.....	43
4.3.1.2 Cadastro de Produtos Agrupados .....	44
4.3.1.3 Cadastro de Produto Virtual .....	45
4.3.1.4 Cadastro de produto digital (download).....	46
4.3.2 Categorias de Produtos .....	47
4.3.3 Produtos Relacionados .....	48
4.3.4 Opções Personalizadas dos Produtos.....	49
4.3.5 Tier Price ( Camada de Preço).....	50
4.3.6 Gerenciar Pedidos.....	52
4.3.7 Configurar Termos de Uso e Condições .....	53
4.3.8 Cadastrar e Gerenciar Clientes .....	54
4.3.9 Cadastro de Grupo de Clientes .....	55
4.3.10 Clientes On-line.....	56
4.3.11 Módulos de Pagamento.....	57
4.3.12 Módulos dos Correios.....	61
4.3.13 Criar Blocos Estáticos .....	63
4.3.14 Editando Blocos Estáticos .....	65
4.3.15 Criando Enquetes.....	68
4.3.16 Criando Promoções no Magento.....	70
4.3.17 Criando um Newsletter (Boletim Informativo) .....	72
<b>5 CONCLUSÃO .....</b>	<b>74</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>76</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo são apresentadas as considerações iniciais ao estudo, objetivos, justificativa e estrutura do trabalho.

### 1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Segundo Kalakota e Whinston (1996), *e-commerce* ou comércio eletrônico consiste na compra e venda de produtos, serviços e informações por meio de rede de computadores ou Internet. Na definição de Albertin (2004), comércio eletrônico é a realização de toda a cadeia de valores dos processos de negócio em um ambiente eletrônico, por meio da aplicação intensa das tecnologias de comunicação e de informação.

Cada vez mais indivíduos e empresas estão eletronicamente conectados e isso vem impulsionando e estimulando o crescimento do comércio eletrônico.

A comercialização por meio da Internet é, em geral, sustentada por sistemas de comércio eletrônico, também chamados de lojas virtuais. Um sistema de comércio eletrônico corresponde a uma página na Internet com um *software* de gerenciamento de pedidos, na qual empresas oferecem e vendem seus produtos.

Como exemplo de aplicações de comércio eletrônico, pode-se citar: bibliotecas digitais, livrarias virtuais, sites de leilão, floriculturas, supermercados, bancos, entre outros.

Considerando a grande demanda por desenvolvimento de lojas virtuais, optou-se neste trabalho, por estudar plataformas de *e-commerce* disponíveis no mercado com o intuito de facilitar a personalização e implantação de uma loja virtual.

Dentre as plataformas de *e-commerce open source* existentes, pode-se citar osCommerce, Magento, OpenCart, Zen Cart, Virtuemart, PrestaShop, Ubercart for Drupal, entre outras.

Após realizar uma análise sobre algumas plataformas de *e-commerce open source* disponíveis no mercado, optou-se por utilizar a plataforma chamada

Magento, pelo fato de ser a plataforma mais utilizada no mundo, para criar como estudo de caso, uma loja virtual para comercialização de produtos de informática. O magento possui 3 edições: Magento Go, Enterprise Edition e Community Edition, as duas primeiras sendo pagas, e a Community edition, que foi utilizada no trabalho, é gratuita. O estudo sobre as plataformas de desenvolvimento disponíveis no mercado foi realizado como estágio e o desenvolvimento de uma loja virtual utilizando uma das plataformas estudadas é o foco desse trabalho de conclusão de curso.

## 1.2 OBJETIVOS

O objetivo geral corresponde ao resultado principal da realização deste trabalho, ou seja, a utilização de uma plataforma de *e-commerce open source* para criação de uma loja virtual. Os objetivos específicos complementam o objetivo geral em termos da finalidade do projeto.

### 1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma loja virtual empregando a plataforma de *e-commerce Magento*.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar dentre as plataformas de *e-commerce* existentes no mercado uma que permita o desenvolvimento fácil e rápido de uma loja virtual.
- Descrever um estudo de caso sobre o desenvolvimento de uma loja virtual por meio do emprego de uma plataforma de *e-commerce*.
- Identificar as vantagens e desvantagens com relação à utilização de plataformas de *e-commerce open source*.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

O comércio eletrônico está se tornando mais comum na vida dos usuários de Internet. O número de pessoas que utiliza este meio para comprar algo cresce a cada dia.

Considerando a necessidade atual de disponibilizar um "espaço" comercial *on-line* com produtos personalizados e direcionados para os vários públicos de uma empresa, a utilização de lojas virtuais representa uma forma de agregar conforto e agilidade nas escolhas, criando uma relação de proximidade e fidelidade com os clientes.

Com base nessas informações, considera-se adequado estudar as diferentes plataformas de *e-commerce* disponíveis no mercado, a fim de facilitar o desenvolvimento de uma loja virtual.

Uma plataforma de *e-commerce* corresponde a um sistema de loja virtual desenvolvido para aplicações B2C (*Business to Consumer*), que permite configurar e adaptar totalmente a estrutura original para ajustar o site de acordo o ramo de aplicação da loja a ser criada. Essas plataformas são também conhecidas como sistemas gerenciadores de conteúdo, por permitirem criar, editar, gerenciar e publicar diferentes tipos de conteúdo digital de forma simples.

Além de facilitar a configuração e manutenção de uma loja virtual, uma plataforma de *e-commerce* pode facilitar o trabalho dos administradores, permitindo uma análise rápida e eficaz das vendas virtuais, em função de já disponibilizar várias ferramentas para acompanhamento e análise das movimentações.

### 1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho está organizado em capítulos, dos quais este é o primeiro e apresenta o conceito geral do sistema, contendo os objetivos e a justificativa.

No Capítulo 2 é apresentado o referencial teórico sobre comércio eletrônico,

plataforma de *e-commerce* e características apresentadas pelas mesmas.

No Capítulo 3 são indicados o método e os materiais utilizados durante a elaboração do estudo proposto, ou seja, o desenvolvimento de uma loja virtual utilizando uma plataforma de *e-commerce open source*.

Os resultados obtidos com o trabalho, utilizando a metodologia proposta no Capítulo 3 estão contidos no Capítulo 4, apresentando imagens, gráficos e quadros para melhor compreensão.

Por fim, no Capítulo 5 está a conclusão do estudo, bem com as considerações finais.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo apresenta o referencial teórico do trabalho com conceitos de comércio eletrônico, plataforma de *e-commerce* e características apresentadas pelas mesmas.

### 2.1 COMÉRCIO ELETRÔNICO

Abordando o tema comércio, Cruz (2000, p.16) o apresenta como uma das mais antigas atividades humanas, responsável por aproximar e manter pessoas associadas. É o comércio é “a troca de mercadorias ou serviços por moeda ou outras mercadorias e serviços”. Neste processo são negociadas desde peças industriais, arte, consultoria especializada, gado, alimentos ou promessas de dinheiro.

Relvas (2005) vai além desta percepção e afirma que desde a descoberta do comércio e das possibilidades que mantêm, que o homem teve a ideia de globalização, quando realizava trocas entre as tribos e os povos diferentes a fim de obter o que lhe faltava ou considerava conveniente e oferecendo os frutos de sua habilidade e mesmo tomando pela força. A tecnologia é que trouxe a expansão da globalização, como um meio que atinge cada vez mais lugares distantes e povos longínquos.

O comércio eletrônico, também denominado de *e-commerce* ou *e-business* tem o seu surgimento registrado no ano de 1998, quando a *International Business Machines Corporation* (IBM) passou a divulgar em comerciais pela televisão produtos para o *e-commerce* de modo a despertar o interesse pelo assunto nos executivos e empresários (CRUZ, 2000).

Relvas (2005, p.23) apresenta o comércio eletrônico ou *e-commerce*, como uma expressão que abrange a prática do comércio de bens e serviços com suporte na Tecnologia da Informação (TI) e definida pela Organização Mundial do Comércio

(OMC) como “o meio de produção, distribuição, marketing, vendas e distribuição de bens e serviços através de meios eletrônicos”.

O comércio eletrônico tem como base o processamento e a transmissão de dados, incluindo sons e imagens. Dentre as suas atividades inclui:

O comércio eletrônico de bens e serviços, a entrega em linha de conteúdo digital, as transferências financeiras eletrônicas, o comércio eletrônico de ações, conhecimentos de embarques eletrônicos, leilões comerciais, concepção e engenharia em cooperação, determinação em linha das melhores fontes para aquisições (*sourcing*), contratos públicos, comercialização direta ao consumidor e serviços após venda. Envolve quer produtos (por exemplo, bens de consumo, equipamentos médicos especializados), quer serviços (por exemplo, serviços de informação, serviços financeiros e jurídicos), atividades tradicionais (por exemplo, cuidados de saúde, educação) e atividades novas (por exemplo, centros comerciais virtuais) (RELVAS, 2005, p.23).

“O comércio eletrônico (*e-commerce*) se refere à substituição de processos físicos por processos eletrônicos e à geração de novos modelos de colaboração com clientes e fornecedores” (SIMCHI-LEVI; KAMINSKY; SIMCHI-LEVI, 2008, p.516).

Em sua utilização facilita a interação entre diferentes empresas e indivíduos, em uma determinada organização, incluindo as compras pela Internet, trocas, rastreamento de pedidos e correio eletrônico. Existindo há vários anos, o *e-commerce* utiliza redes privadas, no caso de corporações, e públicas para universidades e órgãos governamentais (SIMCHI-LEVI; KAMINSKY; SIMCHI-LEVI, 2008).

Visto como uma recente e promissora aplicação criada com a Tecnologia da Informação, o comércio eletrônico vai além da compra e venda de produtos e serviços utilizando-se de redes de computadores. Com os sistemas de Comércio Eletrônico (CE), são realizadas comunicações entre filiais, conectividade com clientes e fornecedores, publicidade e a realização de transações comerciais. Com esta descrição, o conceito de comércio eletrônico é apresentado sob quatro diferentes perspectivas (Quadro 1).



Identificação	Perspectiva	Descrição
1	Comunicações	O CE é a entrega de informações, produtos/serviços ou pagamentos por meio de linhas de telefone, redes de computadores ou qualquer outro meio eletrônico.
2	Processo de negócio	O CE é a aplicação de tecnologia para a automação de transações de negócio e fluxos de dados.
3	Serviço	O CE é uma ferramenta que endereça o desejo das empresas, dos consumidores e da gerência para cortar custos de serviços, enquanto melhora a qualidade da mercadoria e aumenta a velocidade da entrega do serviço.
4	On-line	O CE prevê a capacidade de comprar e vender produtos e informações na Internet e em outros serviços <i>on-line</i> .

**Quadro 1 – Conceitos sobre o comércio eletrônico**

Fonte: Pinho (2000, p. 211).

Segundo Fuoco (2003, p.15) “o comércio eletrônico pode envolver tanto as operações entre uma rede de varejo e seus consumidores quanto as transações comerciais entre uma empresa e sua cadeia de fornecedores”.

Verifica-se, assim, que os negócios pela Internet têm aceitação tranquila no mundo tradicional, não se confirmando um pressuposto inicial de que poderia se caracterizar uma velha economia, que seguia os moldes tradicionais é fadada à obsolescência, e uma nova economia, que prometia lucros milionários (FUOCO, 2003).

Os resultados mostram que “[...] só existe uma economia, em mutação e renovação constantes. A ‘nova’ não era um pote de ouro no fim do arco-íris como se esperava, mas veio agregar componentes importantes à ‘velha’, que mostrou ser sólida o suficiente para não se deixar derrubar” (FUOCO, 2003, p.22).

Em razão do volume de vendas possível de ser gerado e pela redução de preços que poderá proporcionar aos produtos negociados, o comércio eletrônico se torna tentador e compensador. De fato, o surgimento e a expansão do comércio eletrônico na Internet em escala global motivou especialistas na previsão de uma tendência a um estágio de desenvolvimento da sociedade na qual os contatos comerciais entre fabricantes e consumidores seriam realizados de forma diferenciada, sem burocracia e com menores custos. “A Internet e o comércio eletrônico fizeram surgir novas oportunidades de negócios. São profissionais e empresas que procuram tornar mais fácil, mais rápido – e mais seguro – o processo de compra *on-line*” (PINHO, 2000, p.227).

## 2.2 EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Alguns dados relacionados à evolução do comércio eletrônico no Brasil nos últimos anos serão apresentados a fim de confirmar as tendências já citadas por autores relacionados ao tema de estudo.

Fundada em 1999, a *E-bit* é pioneira em realizar pesquisas com usuários do meio *on-line* buscando analisar e entender hábitos e perfil do *e-consumidor* (E-BIT, 2014). Em julho de 2007, a *E-bit* foi integrada ao Buscapé *Company* tornando-se o braço de inteligência de mercado da empresa.

Para apresentar aspectos da evolução do comércio eletrônico, buscou-se informações em três edições dos relatórios *WebShoppers*, dos anos 2011, 2012 e 2013, publicados pela VP de *Intelligence Marketing* do Buscapé, sob o comando de Pedro Guasti.

O *WebShoppers*, consiste de uma iniciativa da *E-bit*, com o objetivo de difundir informações essenciais para o entendimento do comportamento de compras dos internautas brasileiros e sua relação com o *e-commerce*. Apresenta a evolução do comércio eletrônico, as mudanças de comportamento e preferências dos *e-consumidores*, bem como permite investigar pontos a serem melhorados no desenvolvimento do *e-commerce* brasileiro.

Com relação aos consumidores, a *E-bit* atua como um consultor de compras pela Internet; publica em seu site - [www.ebit.com.br](http://www.ebit.com.br) - as avaliações feitas pelas pessoas que compraram nas lojas virtuais.

Com uma coleta de mais de 17 milhões de questionários respondidos após o processo de compras *on-line*, mais de 300.000 novos questionários são agregados a este valor mensalmente (GUASTI, 2012).

Dos dados coletados alguns resultados são significativos, conforme apresentado a seguir, referentes ao primeiro semestre de 2012 (GUASTI, 2012, p.8):

- Entre o período de 01/01/2012 a 30/06/2012 foram faturados R\$ 10,2 bilhões nas vendas *on-line* no país, o que significou um acréscimo nominal de 21% perante o mesmo período do ano anterior;

- No primeiro semestre do ano, 5,6 milhões de pessoas fizeram a sua primeira compra *on-line*, o que significa que já somos 37,6 milhões de *e-consumidores*;
- Foram realizadas aproximadamente 29,6 milhões de encomendas nas lojas virtuais brasileiras no período analisado, com um tíquete médio de R\$ 346. No primeiro semestre de 2011, haviam sido registrados 25 milhões de pedidos;
- Em junho de 2012, 1,3% das compras *on-line* foram realizadas através de aparelhos *mobiles*, sejam eles *smartphones* ou *tablets*. No mesmo período de 2011, esse indicador era de 0,3%;
- A maioria dos *e-consumidores* que utilizam *smartphones* e *tablets* para efetuar compras pela Internet são mulheres, com 53% de participação.

Alguns dados coletados no primeiro semestre de 2012 são mostrados na Figura 1.



**Figura 1 - Balanço do primeiro semestre de 2012**  
 Fonte: Guasti (2012, p. 9).

Com relação ao segundo semestre de 2012, as informações coletadas pelo *e-bit* foram as seguintes (GUASTI, 2013a, p.8):

- Fechamento do setor em 2012: R\$ 22,5 bilhões de faturamento, um crescimento nominal de 20% em relação a 2011;
- Número de pedidos em 2012: 66,7 milhões;
- Novos consumidores virtuais: 10,3 milhões de entrantes;
- Número de consumidores virtuais: mais de 42,2 milhões de pessoas que fizeram, ao menos, uma compra *on-line* até hoje no Brasil;

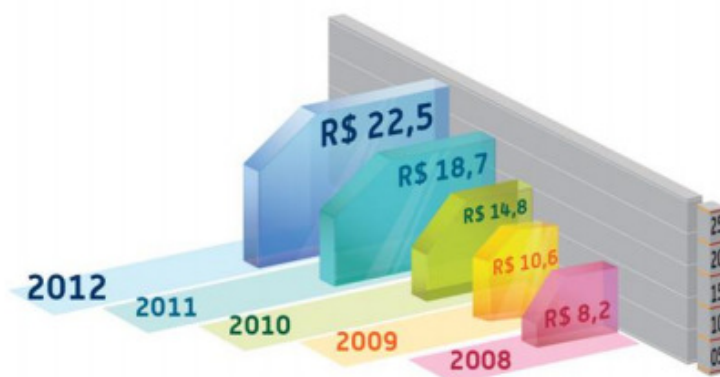
- Dados socioeconômicos: em 2012, 46% das pessoas que fizeram sua primeira compra *on-line* até hoje, possuíam renda familiar entre R\$ 1.000,00 e R\$ 3.000,00, faixa pertencente à Classe C;
- Sistema de fretes: 54% dos pedidos realizados foram com frete grátis, gerando economia de R\$ 1,09 bilhão para os consumidores;
- Previsão de vendas: o *e-commerce* B2C deve apresentar um crescimento nominal de 25%, chegando a um faturamento de R\$ 28 bilhões em 2013.

Com relação ao fechamento do ano de 2012, alguns dados são mostrados na Figura 2.



**Figura 2 - Balanço de 2012**  
Fonte: Guasti (2013a, p. 13).

A evolução das compras *e-commerce* no Brasil é apresentada na Figura 3, considerando do ano de 2008 até o fechamento de 2012.



**Figura 3 – Evolução do faturamento e-commerce (em bilhões de reais)**  
 Fonte: Guasti (2013a, p. 12).

Para o ano de 2013, com a previsão de crescimento nas vendas, a tendência é da retomada do crescimento econômico e da aceleração das vendas de dispositivos móveis como *tablets* e *smartphones*, também explicada pela entrada da Classe C e D, sendo que cerca de 56% dos novos entrantes pertencem a essa classe, apesar dos atuais sinais de endividamento, que pode acabar freando o consumo (GUASTI, 2013a).

Por fim, as informações coletadas pelo *E-bit* para o primeiro semestre de 2013 informam um montante de vendas pelo comércio eletrônico brasileiro de R\$ 12,74 bilhões, considerando um valor 24% maior que o registrado no mesmo período de 2012.

Verificou-se aumento de 20%, na quantidade de pedidos feitos via *Web* chegando a 35,54 milhões: “No primeiro semestre, 3,98 milhões de pessoas fizeram a sua primeira compra *on-line*. Com isso, o número total de *e-consumidores*, que já fizeram ao menos um pedido via Internet, chegou a 46,16 milhões” (GUASTI, 2013b, p.8).

A previsão é de que no ano de 2013 mais 8,9 milhões de pessoas comprem por meio do comércio eletrônico pela primeira vez, totalizando 51 milhões de consumidores que já fizeram ao menos um pedido pela Internet (GUASTI, 2013b).

## 2.3 LOJAS VIRTUAIS

Do uso inicial da Internet, que exibia material de *marketing*, verifica-se a expansão que possibilita a visualização do status do cliente e rastreamento de solicitações, associado às compras de produtos (SIMCHI-LEVI; KAMINSKY; SIMCHI-LEVI, 2008).

As denominadas lojas virtuais ganharam espaço na rede, com mudanças em sua profissionalização e possibilitando a compra e a venda de inúmeros produtos: inicialmente, o forte eram os produtos de fácil escolha e transporte, a exemplo de livros, CDs de música e jogos. Aos poucos, porém,

Outras iniciativas de transações eletrônicas, como os leilões, as aplicações bancárias e as integrações de cadeias de fornecedores de empresas, também chegaram para popularizar a *Web* como uma via para compra e venda de produtos e serviços (FUOCO, 2003, p.15).

Com a transformação radical no mundo corporativo pela ação do comércio eletrônico e com a criação de lojas virtuais, com presença somente na Internet e sem comportar instalações físicas, como vitrines, estoques e produtos, com atendimento 24 horas por dia, em qualquer lugar do mundo, alguns aspectos devem ser observados: em sua natureza, um site de vendas deve apresentar uma seleção de produtos maior ou mais especializada do que aquela oferecida pelo concorrente e possuir informações de qualidade superior e em maior quantidade (PINHO, 2000).

Segundo Fuoco (2003), entretanto, sendo a Internet um canal barato e de amplitude significativa, seria considerado um desperdício qualquer empresa perder a oportunidade de usá-la como um meio de oferta de seus produtos, especialmente a um público selecionado e, geralmente apresentando alto poder de compra. Além de poder oferecer produtos e serviços, o uso da *Web* pode ser dinâmico e a Internet usada como um canal ágil e eficiente de *marketing* e de relacionamento com os clientes, porque permite planejar estratégias personalizadas com pouco investimento.

Deve-se lembrar, contudo, que o lucro com as vendas pela Internet virão se o produto for viável, com aceitação pelo cliente, mediante adequado atendimento e eficiência nos serviços prestados, a exemplo de um negócio realizado na economia

tradicional: “foi a duras penas que se entendeu que o comércio eletrônico é mais um canal de venda, mas exige a mesma infra-estrutura e o mesmo empenho de qualquer outro canal para que a empresa chegue ao lucro” (FUOCO, 2003, p.32).

Para Fuoco (2003, p. 33), criar uma loja virtual, implica planejar o que se pretende fazer, o público a ser atingido, integrar a vitrine, o atendimento e a entrega. Em seguida, é preciso registrar um domínio na Internet, criando o endereço eletrônico da loja. Os proprietários devem decidir quais produtos venderão pela Internet, se toda a sua linha ou apenas alguns itens, obedecendo à estratégia planejada; depois deve-se elaborar a forma de visualização dos produtos no site, com vitrines (catálogos de produtos) atraentes ao internauta, apresentando cada produto com o seu texto de venda definido e a estratégia de venda. Por fim:

Precisa adquirir *softwares* que interliguem os departamentos envolvidos e estabelecer parcerias com bancos e administradores de cartões de crédito para viabilizar as formas de pagamento. Promoções e política de preços também costumam ser diferentes na Internet e no mundo tradicional. É preciso que esta estratégia faça parte do plano de negócios que a empresa prevê para sua loja virtual (FUOCO, 2003, p.33).

O procedimento a seguir é definir como a loja será desenvolvida: realizando desenvolvimento completo do site, ou partindo de uma plataforma de e-commerce existente.

Tendo a loja desenvolvida, é possível se dedicar a explorar o mercado via Internet. O Brasil ocupa uma posição importante no *ranking* dos dez países com maior número de usuários de Internet, confirmando-o como país potencial para a exploração do *e-commerce* (CAMPOS; RIBEIRO, 2007).

## 2.4 PLATAFORMAS DE E-COMMERCE

Uma plataforma de *e-commerce*, assim denominada no varejo eletrônico, consiste no “sistema responsável pelo gerenciamento e visualização da loja na *Web*”. Trata-se do sistema que possibilita criar a loja virtual e gerenciá-la, incluindo produtos, preços, estoques e demais funções que compõem o dia-a-dia de um comércio eletrônico (VALLE, 2013, p.1).

Informa Neves (2013, p.1): “plataforma de *e-commerce* é um sistema estruturado para que uma loja possa ser exibida na *Web* e administrada pelos responsáveis, que cadastrarão produtos ou serviços para serem comercializados na Internet”, caracterizando a loja virtual.

Em outra compreensão, assim dispôs Diniz (2013, p.1):

Uma plataforma de *E-commerce* é uma tecnologia oferecida através de software e serviço por uma empresa capaz de viabilizar vendas on-line, tanto ‘*business-to-business*’ (B2B), quanto ‘*business-to-consumer*’ (B2C). Estas plataformas possibilitam as transações pela *Web* e a continuidade do relacionamento com seus clientes. Entre as funções mais comuns estão a criação e manutenção do visual da loja, gerenciamento do carrinho de compras, cálculo de taxas, personalização, opções de pagamento, logística, manutenção e criação de novos produtos.

O desenvolvimento de um projeto no segmento do *e-commerce* requer planejamento envolvendo aspectos que incluem a escolha correta da plataforma de comércio eletrônico chegando à montagem da estratégia de divulgação e mensuração de resultados.

Assinala Valle (2013, p.1) que “como o sistema é a base de toda a operação de *e-commerce*, um desalinhamento dessa plataforma com as necessidades do restante do projeto, pode provocar transtornos sérios e até mesmo o fracasso do projeto”.

Lembra Ferreira (2013) que quando o empresário decidir criar uma loja virtual para vender os seus produtos, deve pensar primeiramente na definição da plataforma de *e-commerce* que irá utilizar, optando entre três escolhas: alugar, comprar ou criar a própria, sendo que cada uma delas apresenta as suas vantagens, do mesmo modo que cada opção combina mais com determinados tipos de negócio.

De acordo com Valle (2013), é preciso muita atenção quanto à escolha da plataforma de *e-commerce*, considerando que ela deve ser completa e conter as ferramentas básicas para a gestão da loja virtual, de modo a integrar as demais tarefas relevantes ao sucesso de uma loja virtual, a exemplo da área de *marketing*. Dentre estas ferramentas são referidas a integração com a versão para *e-commerce* do *Google Analytics*; ferramentas que possibilitem um bom trabalho de *Search Engine Optimization* (SEO); e integração com as principais redes sociais.

“Contemporaneamente, um sistema de loja virtual não pode ser comparado a uma solução de *e-commerce*, mas funcionar como um verdadeiro *Hub* da atividade



do comércio eletrônico” (VALLE, 2013). “Em uma rede, o *Hub* funciona como a peça central, que recebe os sinais transmitidos pelas estações e os retransmite para todas as demais” (MORIMOTO, 2005, p.1).

“A condição de um *Hub* exige que o fornecedor do sistema, independentemente de que seja ele o *Software-as-a-Service (SAAS)*, *Open Source* ou uma plataforma exclusiva, agregue as funcionalidades necessárias” (VALLE, 2013). “Um *Software-as-a-Service*, também apresentado como computação por demanda, *utility computing* ou serviços hospedados tem como objetivo superar o desafio comum para que uma empresa possa atender às demandas flutuantes com eficiência, um requisito da empresa adaptativa” (TURBAN *et al.*, 2008, p.76).

Referente à locação do *e-commerce* “Consiste em plataformas padronizadas e, por isso, podem ser criadas rapidamente, as quais são disponibilizadas por meio de pacotes mensais preestabelecidos”. A escolha por essa alternativa implica alugar de uma empresa especializada na plataforma da loja virtual e montar o negócio na Internet (FERREIRA, 2013, p.1).

Na opção de plataforma de *e-commerce* alugada, as denominadas econômicas, dispôs Santos (2012) que:

Nessa modalidade, sem dúvida é a forma mais fácil e rápida de ter sua loja virtual, e com o mínimo de esforço, e são plataformas mais econômicas em termos de custo. Essas plataformas foram desenvolvidas e são mantidas por empresas especializadas em ‘TI’ que te oferecem [hospedagem + loja virtual + manutenção], num único pacote que você paga somente um valor mensal (SANTOS, 2012, p. 1).

São sugeridas como plataformas de *e-commerce* econômicas a *FastCommerce*, *DotStore*, *Tray*, *Iset*, *SoluçõesNet*, *Locaweb*, entre outras. Entre suas vantagens apresentam a forma mais rápida de ter uma loja virtual, com custo baixo de implantação assim como o custo mensal. Dentre as suas desvantagens: “Por ser uma plataforma alugada, os recursos de personalização da loja são limitados, e os recursos para aplicar técnicas de SEO buscando tráfego não pago também são limitados, mas nada que impeça que um *e-commerce* pequeno tenha sucesso e prospere” (SANTOS, 2012, p.1).

A indicação deste modelo de plataforma de *e-commerce* é para os lojistas que iniciam no comércio *on-line*, ou para pequenos projetos de *e-commerce*, com tráfego inferior a 100 mil *pageviews* (visualizações) por mês.

Quanto à criação de sua própria plataforma, será elaborada no formato que o empresário decidir, totalmente personalizada, sem necessidade de uma grande equipe para viabilizar o negócio. É preciso, portanto, que o empresário disponha de recursos financeiros significativos e tempo para o investimento (FERREIRA, 2013).

Ainda que seja vista como a melhor opção, não é indicada para empresários que estejam começando um negócio pela primeira vez, porque é preciso um mínimo de experiência para investir em uma plataforma própria: “em geral, as alugadas servem até um determinado momento, quando o seu negócio crescer ela poderá se insuficiente, aí sim, seria a hora certa para isso” (FERREIRA, 2013, p.1).

Em casos assim, uma alternativa são as plataformas *open source* (código aberto) gratuitas, que em geral exigem muito trabalho, sendo necessário entender, aprender ou contratar alguém que conheça de linguagem de programação. Esse tipo de plataforma traz como vantagens a personalização total, incluindo recursos de técnicas de SEO avançadas.

E, “como é comum nos sistemas *Open Source*, contam com a colaboração de uma grande comunidade, com uma infinidade de módulos adicionais para personalização, tanto gratuitos como pagos, e ainda conta com atualizações de recursos frequentes” (SANTOS, 2012, p.1).

Referindo-se às desvantagens, são citadas algumas ponderações e recomendações quanto à escolha:

Embora a licença seja gratuita, você terá que contratar prestadores de serviço altamente qualificados para dar manutenção no sistema da loja, como no servidor se for uma hospedagem gerenciada pelo cliente. E ainda quanto a atualizações no sistema você terá que acompanhar as versões, se atentando a compatibilidade de cada módulo adicional instalado. Deve-se pensar bem antes de optar por um sistema *open source*, sem dúvida existem inúmeras vantagens tecnológicas, entretanto além de a responsabilidade ser muito maior, o custo de manter o sistema no ar pode ser muito maior também, do que optar por uma empresa especializada que te dê a solução completa. E ainda corre o risco, de você se desfocar de seu *'core business'* que é vender pela Internet, para estar se envolvendo com questões de TI dada a complexidade envolvida (SANTOS, 2012, p.1).

As indicações incluem os lojistas virtuais que buscam alta personalização, visando aplicação de técnicas de SEO avançadas e tráfego orgânico; as ressalvas incluem os lojistas virtuais que iniciam o seu negócio *e-commerce* e não entendem de questões de TI, como a hospedagem, os servidores e a programação (SANTOS, 2012).

### 3 MATERIAIS E MÉTODOS

Este capítulo apresenta os materiais e o método utilizados para realização deste trabalho. Os materiais se referem às ferramentas e às tecnologias utilizadas para implementar a loja virtual proposta. O método se refere aos procedimentos utilizados para condução do trabalho.

#### 3.1 MATERIAIS

Para a realização deste trabalho utilizou-se o Apache como servidor *Web* para desenvolvimento do estudo de caso.

Para desenvolvimento da loja virtual foi utilizada a plataforma de *e-commerce* denominada Magento, escolhida em razão de ser a plataforma mais utilizada mundialmente.

A linguagem de programação PHP e banco de dados MySQL foram utilizados em função de ser esta a estrutura utilizada pela plataforma de *e-commerce* Magento.

##### 3.1.2 Servidor *Web* Apache

O servidor *Web* é o programa responsável pela publicação de documentos, imagens ou qualquer outro objeto que venha a ser acessado por um cliente através de um navegador (SOUZA, 2014). Ele processa solicitações HTTP (*Hyper-Text Transfer Protocol*), o protocolo padrão da *Web*, assim, quando se envia um e-mail por meio de um formulário, se coloca uma mensagem em um fórum de discussão, se realiza uma compra *on-line*, etc, um servidor *Web* (ou um conjunto de servidores) é responsável por processar todas essas informações.

O servidor *Web* pode ser configurado para ser acessado apenas em uma rede interna (Intranet) ou uma rede externa (Internet), cada qual com suas

funcionalidades definidas pelas necessidades da publicação (SOUZA, 2014).

No caso do servidor *Web Apache*, ele não só executa o HTTP, como outros protocolos, tais como o HTTPS (O HTTP combinado com a camada de segurança (SSL - *Secure Socket Layer*) e o FTP (*File Transfer Protocol*), entre outros. Este servidor *Web* é bastante conhecido e usado. Os motivos incluem sua excelente performance, segurança, compatibilidade com diversas plataformas e todos os seus recursos (ALECRIM, 2006).

O servidor *Web Apache* é um *software* livre, o que significa que qualquer um pode estudar ou alterar seu código-fonte, além de poder utilizá-lo gratuitamente. É graças a essa característica que o *software* foi (e continua sendo) melhorado ao passar dos anos.

Segundo Alecrim (2006) o Apache está disponível para o sistema operacional *Linux* (e outros baseados no Unix), para o *Windows*, entre outros, o que o torna uma ótima opção para computadores com menos recursos (desde que este atenda aos requisitos mínimos de *hardware*).

### 3.1.1 WampServer

O Windows Apache Server MySQL (WAMP), é um pacote gratuito, disponibilizado em várias versões. Neste trabalho foi utilizada a versão 2.4.

O WAMP traz ainda, além do servidor *Web HTTP*, um servidor de banco de dados *MySQL*, além de *scripts*, interpretadores e ferramentas gráficas que facilitam as atividades de desenvolvimento.

O objetivo do WAMP é permitir que sejam criadas aplicações *Web* com Apache, PHP e um banco de dados MySQL, juntamente com o phpAdmin que permite gerenciar facilmente bancos de dados MySQL (WAMPSEVER, 2014).

A Figura 4 apresenta a tela do painel de controle do WAMP.



Figura 4 – Tela do painel de controle do WAMP

### 3.2 MÉTODO

A documentação das etapas e procedimentos para realização do trabalho aconteceu na medida em que cada etapa foi realizada. A seguir, são descritas as principais etapas realizadas no trabalho:

- Levantamento bibliográfico: sobre comércio eletrônico, sua evolução nos últimos anos, conceituação sobre lojas virtuais e utilização de plataformas de *e-commerce*.
- Busca por plataformas de *e-commerce*: foi realizado levantamento, principalmente por meio de buscas na Internet, sobre plataformas de *e-commerce* disponíveis para facilitar a criação de lojas virtuais.
- Definição de critério para seleção das plataformas de *e-commerce*: inicialmente optou-se por delimitar o estudo a plataformas de *e-commerce open source*, e posteriormente, buscou-se dentre estas a mais utilizada

mundialmente nos últimos anos, para então realizar o desenvolvimento da loja com a plataforma escolhida.

- Estudo e documentação sobre características e funcionalidades das plataformas de *e-commerce* selecionadas: Magento, Zen Cart e VirtueMart.
- Desenvolvimento de uma loja virtual para comercialização de produtos de informática, como estudo de caso sobre utilização da plataforma de *e-commerce* Magento.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Bragança (2010) aponta, dentre as várias plataformas de *e-commerce* disponíveis no mercado, as seguintes: *Magento*; *osCommerce*; *OpenCart*; *Spree E-Commerce*; *PrestaShop*; *VirtueMart*; *Ubercart*; *Zeuscart*; *Afcommerce*; *Zen Cart*; *SimpleCart js*; *TomatoCart*; *CubeCart*; *RokQuickCart*; *StoreSprite*.

Pode-se destacar a plataforma *Magento*, *OpenCart* e *Virtuemart* como exemplos de plataformas *Open Source*, ou seja, de código aberto, com licença gratuita, podendo ser baixados gratuitamente os arquivos fontes da Internet e instalado em um servidor de responsabilidade do empresário, podendo ser um servidor próprio ou até mesmo um servidor público (SANTOS, 2012). O gráfico apresentado na Figura 5 mostra que as três plataformas citadas, são as mais utilizadas mundialmente e em função disso, foram estudadas e testadas durante o estudo dirigido realizado como estágio curricular.

O *Magento* é citado por vários autores como a plataforma mais utilizada mundialmente, e conforme o gráfico apresentado por Pessoa (2013) (Figura 5), ele aparece em primeiro lugar, com 26,2% na edição *Magento Community*.

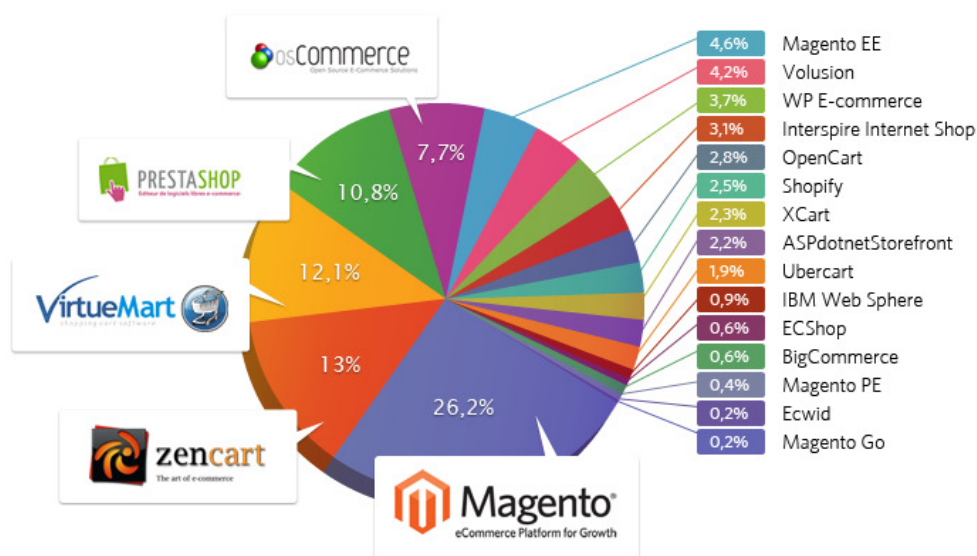


Figura 5 – Resultados da pesquisa sobre utilização de plataformas de e-commerce  
Fonte: Pessoa (2013, p. 1).

Com base nestas informações, optou-se por utilizar a plataforma Magento para o desenvolvimento da loja virtual que servirá como estudo de caso para esse trabalho.

A seguir serão apresentados os passos seguidos para realizar a instalação e personalização da plataforma de *e-commerce* Magento.

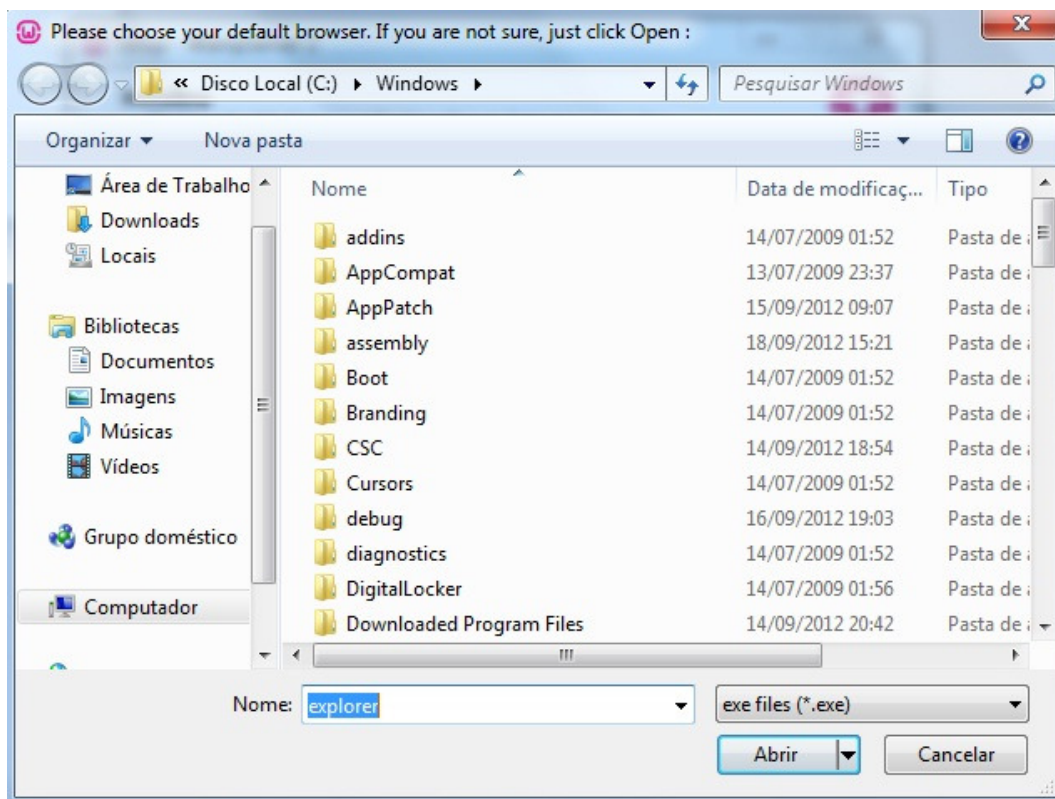
#### 4.1 INSTALAÇÃO DO WAMPSEVER

Para poder instalar a plataforma Magento, é necessário ter um servidor Web, a linguagem de programação PHP e banco de dados MySQL instalados.

Nesse trabalho, optou-se por utilizar a ferramenta WampServer, que já fornece em sua instalação o servidor Web Apache, o PHP e o banco de dados MySQL devidamente configurados.

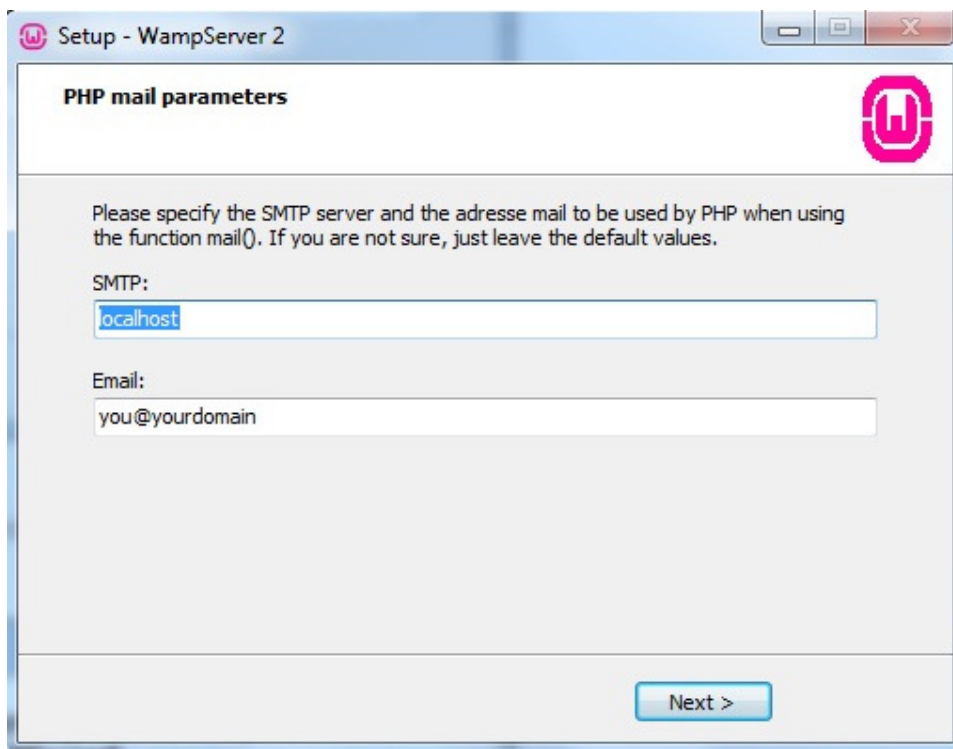
A instalação do WampServer está disponível para download em <http://www.wampserver.com/en>. Nesse site há uma guia chamada “Download” para selecionar o instalador de acordo com o sistema operacional utilizado. Após escolher a versão, será baixado para o computador um executável, que deve ser executado, iniciando a instalação do WampServer. A instalação é bem simples, precisando apenas avançar as etapas e dados sugeridos, sem nenhuma alteração. Após o término da instalação será exibida uma janela solicitando para escolher o navegador padrão para abrir as aplicações PHP, a opção que vem selecionada é o Internet Explorer, não necessitando que seja alterada, conforme ilustra a Figura 6.





**Figura 6 - Tela de instalação do WampServer**

Após a escolha do navegador padrão, abrirá uma janela solicitando a configuração SMTP e e-mail, no caso do trabalho não será necessária alteração, portanto deve-se deixar com as configurações padrões, conforme a Figura 7.

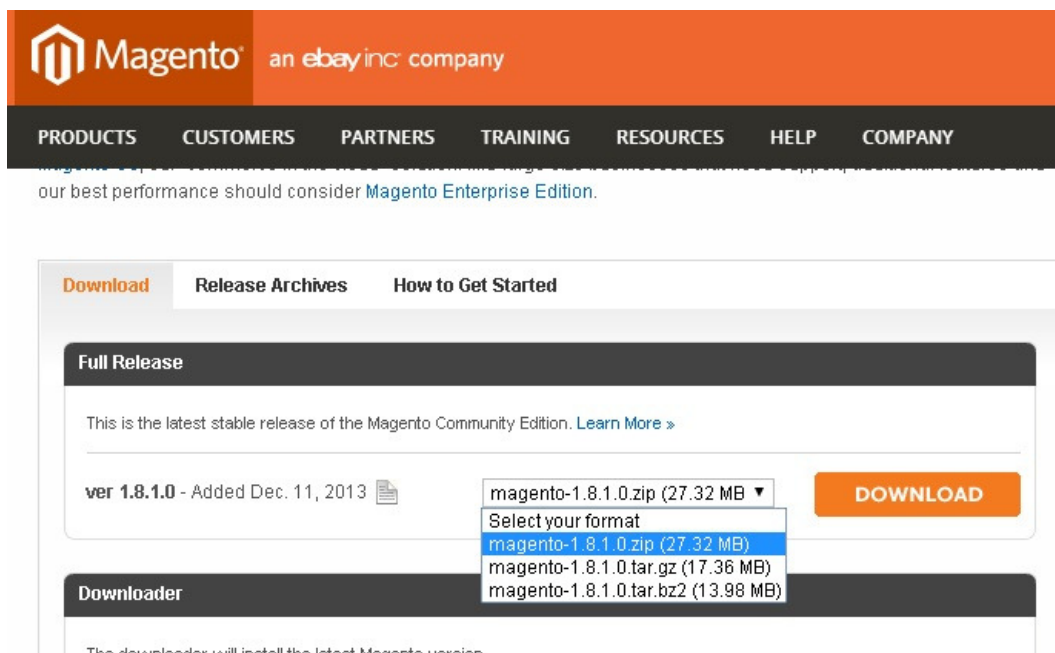


**Figura 7 - Tela de instalação do WampServer (PHP mail)**

Ao continuar, aparecerá a janela de conclusão da instalação.

#### 4.2 INSTALAÇÃO DO MAGENTO

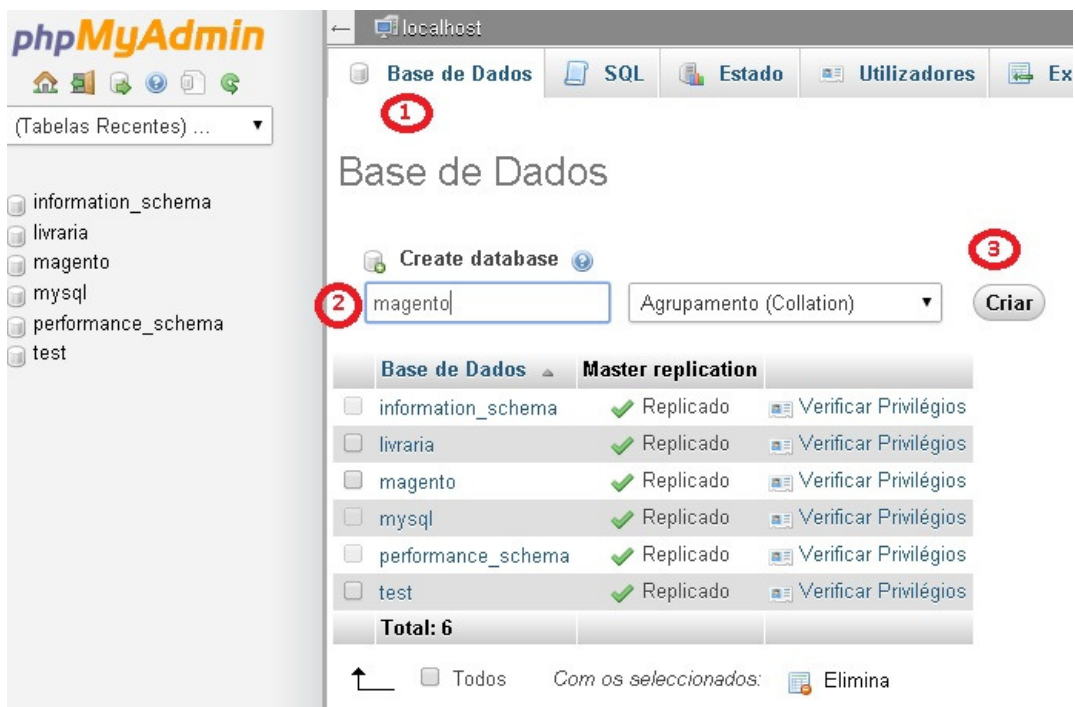
A instalação da plataforma de *e-commerce* Magento está disponível para *download* no site <http://www.magentocommerce.com/download>, onde é preciso realizar um cadastro gratuito no site. Após o cadastro, é possível então acessar a aba "downloads", escolher a versão compatível com o sistema operacional utilizado e clicar em no botão correspondente, conforme a Figura 8. Após este passo, deve-se extrair o arquivo, que vem compactado, para o diretório padrão do WampServer, que fica no endereço: "C:\wamp\www".



**Figura 8 - Tela de download do Magento**

Após essa etapa, deve-se fazer o *download* do arquivo de tradução, que permitirá utilizar o idioma Português-BR na loja virtual que será criada. A tradução pode ser encontrada no site <http://www.magentocommerce.com/translations>. Com o processo concluído, deve-se extrair o arquivo, e copiar a subpasta “app” e colar dentro da pasta Magento que deve estar no endereço “C:\wamp\www”.

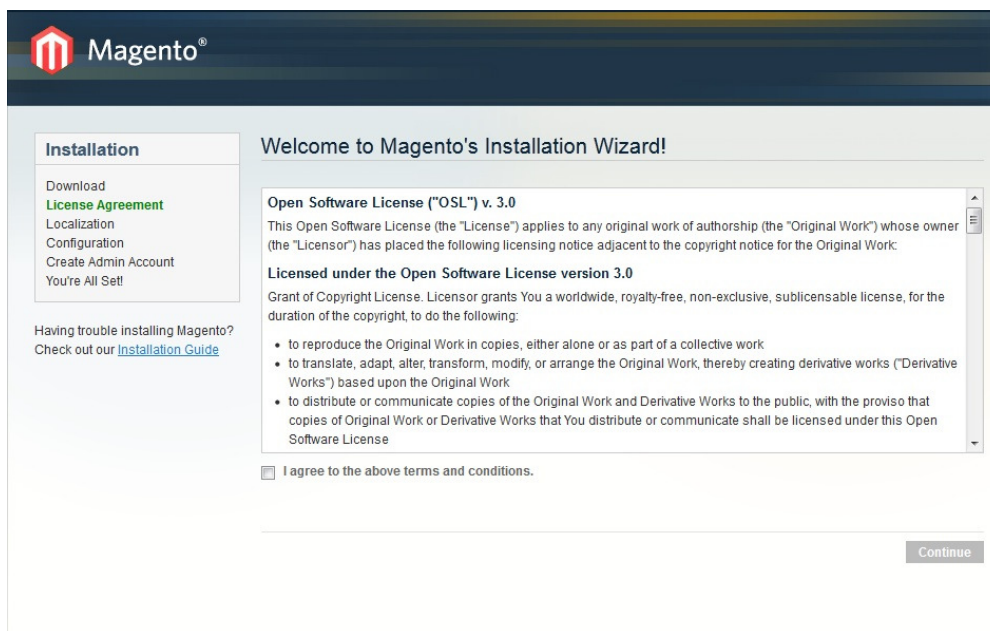
O próximo passo é criar um banco de dados para a loja Magento por meio do sistema gerenciador de banco de dados phpMyAdmin, que pode ser acessado pelo seguinte endereço no navegador de Internet: <http://localhost/phpmyadmin>. Com a página aberta, deve-se clicar na guia “Base de Dados” (número 1 destacado na imagem), escolher um nome para o banco da loja (número 2 destacado na imagem), e clicar no botão “Criar” (número 3 destacado na imagem), conforme a Figura 9.



**Figura 9 - Tela de criação do Bando de Dados**

Para iniciar a instalação do Magento, basta abrir o navegador de Internet e acessar o endereço <http://localhost/magento>.

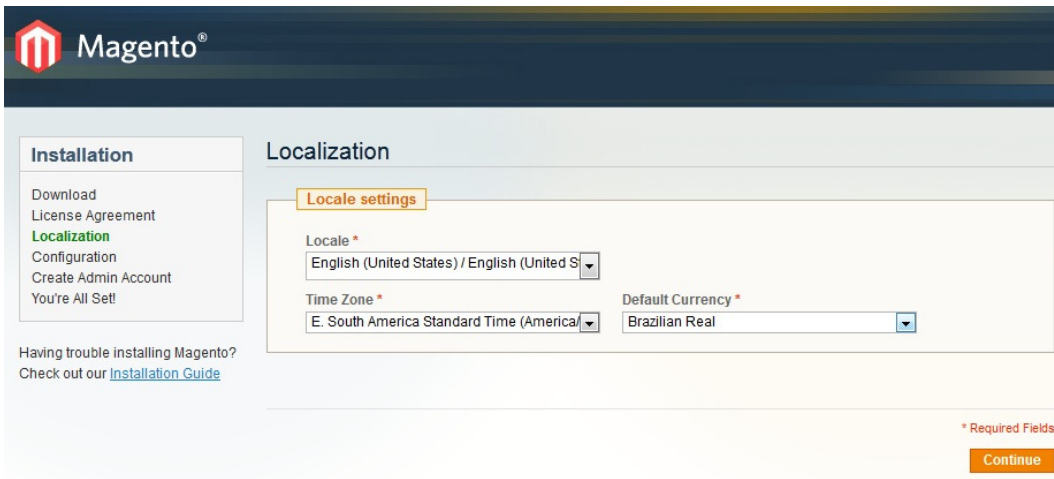
A Figura 10 apresenta a tela inicial para instalação da plataforma.



**Figura 10 - Tela inicial para instalação do Magento**

Nesta tela inicial basta aceitar os termos da Magento marcando a opção “*I agree to the above terms and conditions*” e clicar no botão “continue”. Após aguardar alguns segundos é necessário configurar a localização, conforme a Figura 11. Na janela há o campo “Locale”, que pode ser mantido com o valor *default* “English”, pois não influenciará na linguagem do site, isso será feito posteriormente por meio do painel administrativo. O campo “Time Zone” é responsável pelo horário utilizado no banco de dados do site e na loja virtual. Considerando nossa localização regional, foi escolhido a opção “E.South America Standard Time (America/Sao\_Paulo)”. E o campo “Default Currency” é o responsável pela correção monetária do site, como a loja que será configurada vai trabalhar com reais, foi selecionada a opção “Brazilian Real”.

Na sequência, basta clicar em “continue”.



**Figura 11 - Tela de configuração de localização**

A Figura 12 apresenta a terceira tela apresentada no processo de instalação do Magento, onde são configuradas as opções relacionadas a acesso ao banco de dados. A maioria dos campos sugeridos pode ter seu valor mantido se for utilizada a ferramenta WAMP. No WAMP o usuário padrão é *root* e a senha é usada em branco, assim foi utilizado “root” em “User Name” e deixado em branco o campo “User password”. Pode-se clicar em “continue” para chegar no próximo passo, que costuma demorar um pouco, pois o Magento irá verificar o acesso ao banco de dados e atualizá-lo no que for necessário.

### Installation

- Download
- License Agreement
- Localization
- Configuration**
- Create Admin Account
- You're All Set!

Having trouble installing Magento?  
Check out our [Installation Guide](#)

## Configuration

#### Database Connection

Database Type  
MySQL

Host \*  
localhost

Database Name \*  
magento

You can specify server port, ex.: localhost:3307  
If you are not using default UNIX socket, you can specify it here instead of host, ex.: /var/run/mysqld/mysqld.sock

User Name \*  
User Password

Tables Prefix  
(Optional. Leave blank for no prefix)

#### Web access options

Base URL \*  
http://localhost/magento/

Admin Path \*  
admin

Additional path added after Base URL to access your Administrative Panel (e.g. admin, backend, control etc.).

Enable Charts  
Enable this option if you want the charts to be displayed on Dashboard.

Skip Base URL Validation Before the Next Step  
Check this box only if it is not possible to automatically validate the Base URL.

Use Web Server (Apache) Rewrites  
You could enable this option to use web server rewrites functionality for improved search engines optimization. Please make sure that `mod_rewrite` is enabled in Apache configuration.

Use Secure URLs (SSL)  
Enable this option only if you have SSL available.

#### Session Storage Options

Save Session Data In  
File System

\* Required Fields

Continue

Figura 12 - Tela de configuração de acesso ao banco de dados

### Create Admin Account

**Personal Information**  
First Name \*  Last Name \*   
Email \*

**Login Information**  
Username \*   
Password \*  Confirm Password \*

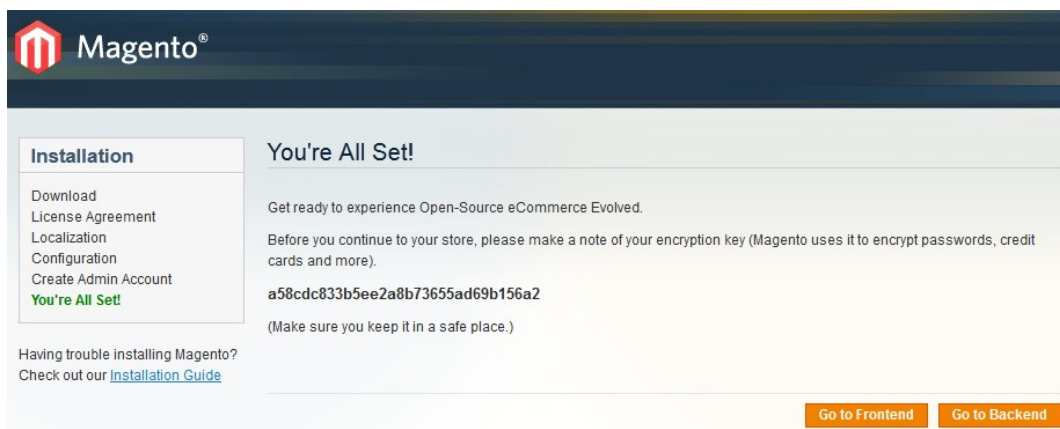
**Encryption Key**  
  
Magento uses this key to encrypt passwords, credit cards and more. If this field is left empty the system will create an encryption key for you and will display it on the next page.

\* Required Fields

[Continue](#)

**Figura 13 - Tela de criação de acesso à loja virtual**

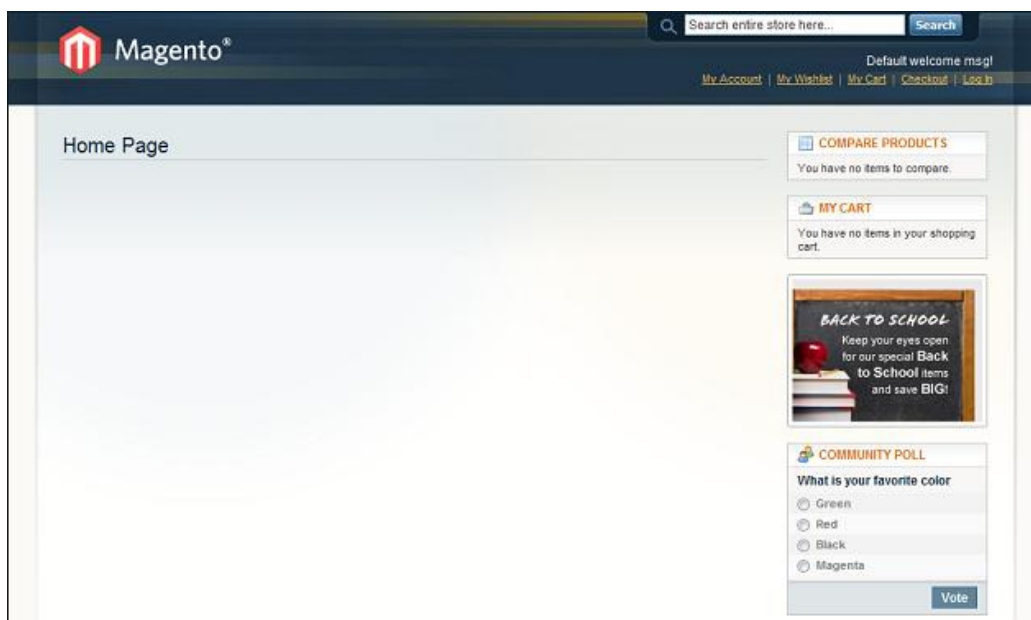
Na janela apresentada na Figura 13 pode-se criar os acessos para a loja virtual. Na seção “Personal information”, deve-se colocar nome e e-mail do proprietário da loja. Na seção “*login information*”, deve-se colocar as informações de *login* e senha que serão utilizadas para acessar o painel administrativo da loja. A senha deve conter letras e números. É importante anotar o *login* e senha utilizados, pois eles serão solicitados toda vez que se quiser acessar o painel administrativo. O campo “*Encryption key*” não é necessário ser preenchido. Clicando no botão “continue” têm-se acesso à última tela do processo de instalação, apresentada na Figura 14.



**Figura 14 - Tela final da configuração do Magento**

A Figura 14 mostra que foi finalizada a instalação. O código que é mostrado nesta etapa da instalação é o código usado para criptografar os dados, ou seja, se por algum motivo for preciso migrar o conteúdo do banco de dados para uma instalação nova do Magento, será preciso utilizar este código. A opção “Go to frontend” é o acesso à loja virtual, na visão do cliente, e a opção “Go to Backend” é o acesso ao painel administrativo da loja.

Clicando em “Go to Frontend”, será mostrada a tela inicial da loja virtual, conforme a imagem apresentada na Figura 15.



**Figura 15 - Tela inicial da loja virtual**

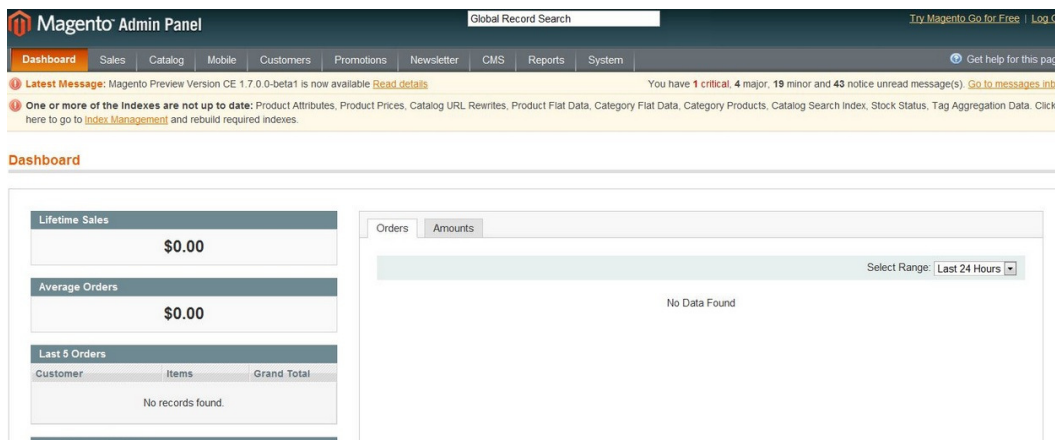


Ao clicar na opção “Go to Backend” irá aparecer a tela de *login*, para dar acesso ao painel administrativo (Figura 16).



**Figura 16 - Tela e login administrativo**

Para acessar o painel administrativo, deve-se colocar o usuário e senha configurados na instalação do Magento. Posteriormente, o usuário é direcionado para a página administrativa do Magento, apresentada na Figura 17.



**Figura 17 - Tela do painel administrativo da loja virtual.**

O próximo passo refere-se à personalização da loja virtual, ajustando idioma, catálogo de produtos, forma de trabalho, entre outros.

### 4.3 PERSONALIZAÇÃO DA LOJA VIRTUAL

Para personalizar a loja virtual instalada, deve-se acessar o painel administrativo. O primeiro passo a ser feito é traduzir a loja para o idioma desejado. Para isso basta ir na página inicial do Magento Admin (painel administrativo) e no canto inferior esquerdo, alterar o idioma do sistema. Para esta loja foi escolhido “Português (Brasil)”.

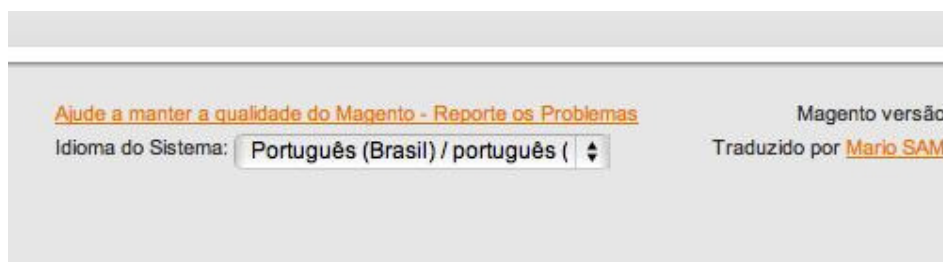


Figura 18 - Tela de tradução do Magento

Na sequência, pode-se configurar o *design* do site para três colunas. Para isso, deve-se clicar no menu CMS > Páginas e posteriormente em HOME PAGE > DESIGN. Deve-se mudar o layout para 3 colunas e é preciso retirar o comentário do código *Extensible Markup Language* (XML) da atualização do layout (deve-se apagar o “<! - - ” no início do código, e o “ - - > ” no final do código). Com estas alterações, o início e o final do código XML ficam com o visual apresentado na Figura 19. Feito isso, deve-se clicar no botão “Salvar Página”.



Figura 19 - Tela de configuração do design da loja

O próximo passo é apagar o nome “Home Page” que aparece na página inicial da loja Magento. Para isso, deve-se clicar na opção “Home Page” > “conteúdo” e então apagar o conteúdo que aparece na caixa de texto ( Home Page) e clicar em “Salvar Página”. Após essas configurações, a página inicial do Magento estará com layout de 3 colunas e pronto para começar a configurar os produtos, como apresentado na Figura 20.

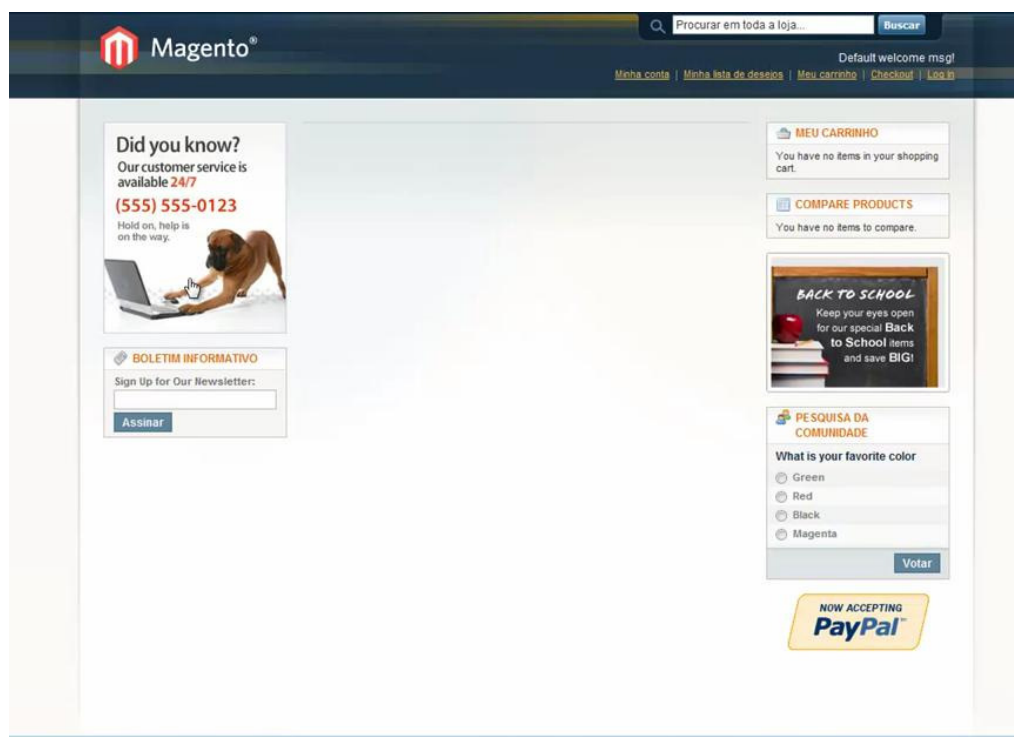


Figura 20 - Tela inicial da loja após alteração de layout

#### 4.3.1 Cadastro de Produtos

Para realizar o cadastro de produtos, pode-se optar por criar quatro tipos distintos de produtos: produtos simples, produtos agrupados, produtos virtuais e produtos digitais.

#### 4.3.1.1 Cadastro de Produtos Simples

Para começar a adicionar produtos do tipo simples no site deve-se acessar o painel administrativo, e em seguida clicar no menu superior, na opção “Catálogo” > “Gerenciar Produtos” > “Adicionar Produto”, e em tipo de produto, escolher “Produto Simples”. Clicando em “continuar”, têm-se acesso à primeira tela de configuração do produto, na qual deve ser informado o nome do produto, uma descrição completa do produto e também uma descrição curta. Deve-se também escolher o código do produto na loja (o fato de ter que escolher o código torna um pouco complicado o cadastro, pois deve-se lembrar quais foram os códigos já usados), que é um campo obrigatório, com código único, e também o seu peso. Pode-se escolher o período que o produto aparecerá como novo na loja.

O *status* do produto deve ser alterado para “habilitado”, as demais opções podem ficar marcadas com seus valores sugeridos por padrão. O próximo passo é clicar em “*Prices*” (aparece em inglês, pois o pacote de tradução do Magento ainda não consegue traduzir todas as opções do site) no menu esquerdo e configurar o preço do produto, podendo também configurar um preço especial, escolhendo o preço especial e o período que o produto ficará com promoção. Pode-se também informar o custo do produto, para um melhor controle da loja. A opção “*Tax Class*” deve ficar em branco por enquanto.

O próximo passo é cadastrar as imagens relacionadas ao produto, fazendo *upload* das imagens e escolhendo a forma de visualização. Feito isso, deve-se clicar na opção “inventário” e escolher a quantidade do produto que estará disponível em estoque, podendo também configurar outras opções, como a quantidade mínima no estoque e a quantidade máxima que o cliente poderá adicionar no carrinho, entre outras.

Por fim, deve-se mudar a disponibilidade do produto no estoque para “Em estoque”. Feito isso, pode-se clicar no botão “Salvar”, e o primeiro produto simples estará cadastrado.

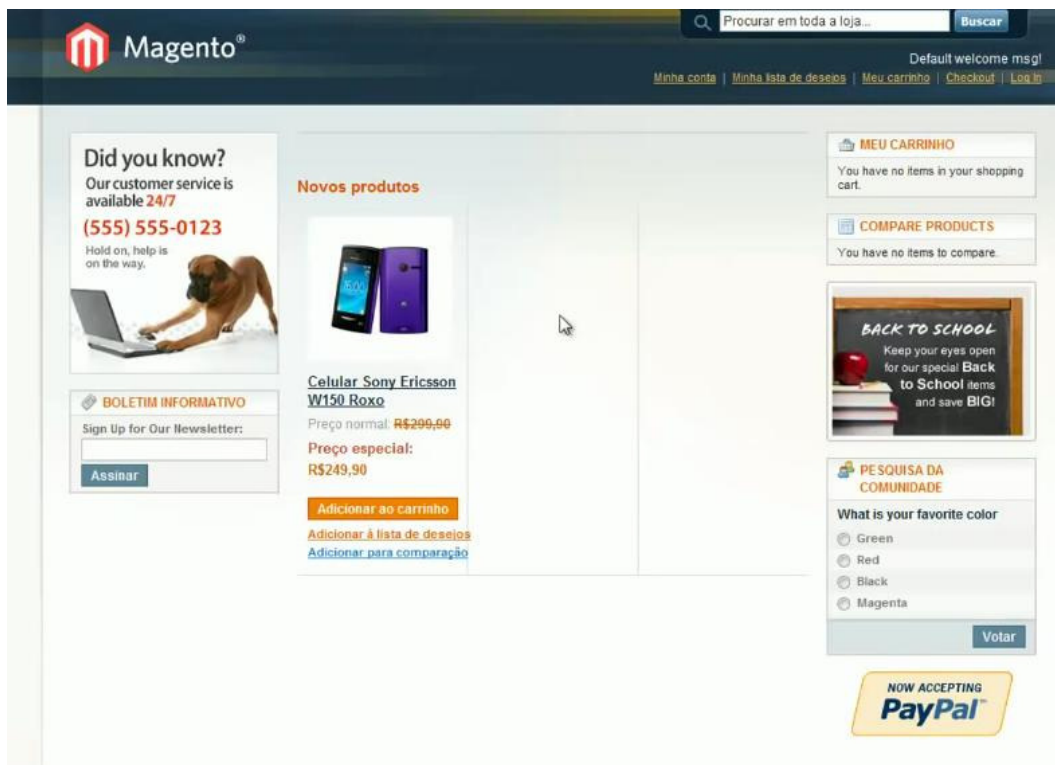


Figura 21 - Tela com primeiro produto cadastrado

#### 4.3.1.2 Cadastro de Produtos Agrupados

Para cadastrar produtos agrupados, deve-se acessar o painel administrativo, clicar em “catálogo” > “gerenciar produtos” e em “tipo de produtos” escolher “produto agrupado”. O produto agrupado será a junção de dois ou mais produtos simples que já estão cadastrados na loja, portanto não é preciso cadastrar preços, pois o preço de cada produto já está cadastrado em seu anúncio original e da mesma forma não é preciso gerenciar o estoque no anúncio agrupado, pois isso já acontece no anúncio original do produto.

Os passos seguintes são basicamente os mesmos do cadastro de produtos simples, escolhendo o nome do anúncio, a descrição dos produtos, cadastro de imagens, etc. Apenas para finalizar o cadastro é preciso clicar na aba “produtos associados” e escolher quais serão os produtos que serão vinculados ao anúncio. Feito isso, basta clicar em “salvar” e o produto agrupado estará cadastrado na loja. A

Figura 22 apresenta o cadastro de produtos agrupados, como por exemplo, um notebook, associado a uma mochila para notebook.

Informações de Produto

**Notebook Sony Vaio + Mochila (Default)** Voltar Redefinir Excluir Duplicado Salvar Salvar e continuar a editar

Página 1 de 1 páginas | Ver 20 por página | Total de 2 registros encontrados [Reiniciar Filtro](#) [Pesquisa](#)

<input checked="" type="checkbox"/>	ID do Produto	Nome	Unidade de Manutenção de Estoque	Preço	Qtde padrão	Posição
<input checked="" type="checkbox"/>	3	Mochila Multilaser para Notebook Black até 14"	3	R\$69,90	1 1,0000	0 0
<input checked="" type="checkbox"/>	1	Notebook Sony VAIO Fit SVF15213CBW com Intel Core i5 4GB 750GB LED 15,5" Windows 8 + Headphone Sony	5	R\$2.499,00	1 1,0000	0 0

Geral  
 Meta Information  
 Imagens  
 Design  
 Opções de presente  
 Inventário  
 Categorias  
 Produtos Relacionados  
 Vendas Extras  
 Vendas Cruzadas  
 Comentários sobre Produto  
 Etiquetas de Produto  
 Produtos marcados pelos clientes  
**Produtos Associados**

Figura 22 - Cadastro de produtos agrupados

A Figura 23 permite visualizar um produto agrupado em uma simulação de compra.

[Início](#) / [Notebook](#) / **Notebook Sony Vaio + Mochila**



**Notebook Sony Vaio + Mochila**

[Enviar por e-mail a um amigo](#)  
[Seja a primeira pessoa a avaliar este produto](#)

Disponibilidade: Em estoque

Nome do produto	Preço	Quant.
Mochila Multilaser para Notebook Black até 14"	<b>R\$69,90</b>	<input type="text" value="1"/>
Notebook Sony VAIO Fit SVF15213CBW com Intel Core i5 4GB 750GB LED 15,5" Windows 8 + Headphone Sony	Preço Normal: <b>R\$2.499,00</b> Special Price <b>R\$2.299,00</b>	<input type="text" value="1"/>

[Adicionar ao carrinho](#) OU [Adicionar à Lista de Desejos](#)  
[Adicionar para Comparar](#)

**Panorama Rápido**  
 Notebook Sony Vaio + Mochila para notebook

Dê um duplo clique na imagem acima para ver imagem completa

MAIS VISUALIZAÇÕES

Figura 23 - Exemplo de produto agrupado

#### 4.3.1.3 Cadastro de Produto Virtual

Produto virtual pode ser um serviço, ou outro produto que não possa ser entregue fisicamente. Por exemplo, um plano de hospedagem oferecido ao cliente, pode ser considerado um produto virtual. Então para cadastrar um produto virtual, deve-se acessar a opção “catalogo” > “gerenciar produtos” > “adicionar produtos” e

em “tipo de produtos” escolher “produto virtual”. Os próximos passos são iguais aos executados para cadastro de produtos simples, escolhendo nome, descrição, preço, imagem, etc. A única diferença neste produto é que não é preciso gerenciar o estoque dele, portanto pode-se desabilitar essa opção na aba “inventário”. A Figura 24 apresenta um exemplo de produto virtual sendo cadastrado.

{{base\_url}} não é recomendada para uso em um ambiente de produção para declarar Base URL Insegura/Base URL Segura. É altamente recomendável alterar a Base URL para uma URL segura.

Última Mensagem: Imagine 2014 Registration is Open [Ler detalhes](#)

**Informações de Produto**

- Geral
- Prices
- Meta Information
- Imagens
- Recurring Profile
- Design
- Opções de presente
- Inventário**
- Categorias
- Produtos Relacionados
- Vendas Extras
- Vendas Cruzadas

**Hospedagem Profissional! (Default)** Voltar

**Inventário**

Gerenciar Estoque: Não  Utilizar opções de configuração

Qtz mínima permitida no carrinho de compras: 1  Utilizar opções de configuração

Qtz máxima permitida no carrinho de compras: 10000  Utilizar opções de configuração

Habilitar Qty incrementos: Não  Utilizar opções de configuração

**Figura 24 - Cadastro de Produto Virtual**

#### 4.3.1.4 Cadastro de produto digital (*download*)

Produto digital é um produto para *download*, sendo que o cliente pode efetuar a compra do produto e baixar o mesmo diretamente em seu computador, por exemplo, algum *software*, pacotes de fontes para determinado *software*, etc. Para fazer o cadastro de um produto digital deve-se seguir os mesmos passos de um cadastro de produto simples, porém na última aba, existe a opção “Informações de *download*”, onde se faz o *upload* do produto para o cliente baixar, podendo ser hospedado diretamente no servidor do site, ou podendo configurar apenas o *link* (*link* direto) de algum servidor de terceiro. Há também a opção de por algum arquivo “demo” (demonstração) para o cliente baixar uma versão de teste do produto antes de fazer a compra. Nesse caso o arquivo completo será liberado apenas depois que o cliente efetuar a compra. A Figura 24 apresenta um exemplo de produto digital sendo cadastrado e a Figura 25 apresenta a visualização desse produto na loja virtual.

Figura 25 - Cadastro de produto digital

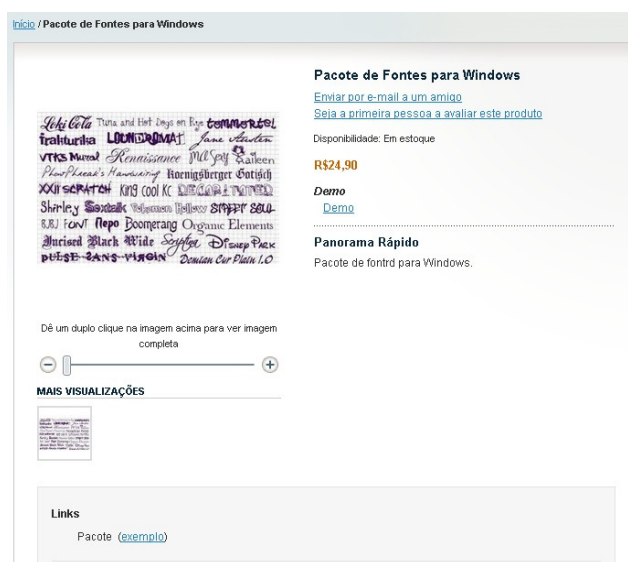


Figura 26 - Produto digital cadastrado

#### 4.3.2 Categorias de Produtos

Categorias servem para ajudar a organizar melhor o site e também auxilia os clientes a encontrarem melhor os produtos desejados. Para criar categorias, deve-se acessar o painel administrativo, clicar em “catálogo” > “gerenciar categorias”. Pode-se criar uma Categoria Raiz, com o nome “Menu”, e marcar o status dela como “ativo”, podendo configurar outras opções como imagem, descrição, porém não é obrigatório, para finalizar, basta clicar em “salvar categoria”. Após salvar a categoria raiz, deve-se selecioná-la e clicar em “adicionar subcategoria”, configurando o nome,



deixando ela com *status* “ativa” e podendo também configurar outras opções não obrigatórias, da mesma forma que a categoria raiz. Após isso deve-se clicar na aba “categoria de produtos” para escolher os produtos que serão adicionados à categoria que está sendo criada. Para finalizar basta clicar em “salvar categoria”. A Figura 27 apresenta o cadastro de categorias.

ID do Produto	Nome	Unidade de Manutenção de Estoque	Preço	Posição
24	Toner pH-HP 126 amarelo CE312A-HP CX 1 UN	24	R\$149,90	
23	Cartucho de Tinta 60B	23	R\$59,90	
22	Estabilizador Revolution Speedy	22	R\$49,90	
21	Nobreak Yup-E 600VA Bivolt - Enermax - Preto	21	R\$499,00	
20	Pen Drive SDCZ50-004G-B35 Cruiser Blade	20	R\$15,90	
19	HD Seagate Hybrid Drives ST500LM000	19	R\$299,00	
18	Cartão de Memória SDDOM-004G-B35A	18	R\$14,99	
17	Caixa de Som Speaker SP144	17	R\$19,00	
16	Gravador de dvd Lite On Preto	16	R\$69,00	
15	Teclado TC160	15	R\$39,00	

**Figura 27 - Criando categorias**

#### 4.3.3 Produtos Relacionados

Produtos relacionados são os produtos que aparecem como sugestão quando o cliente comprar algum produto. Por exemplo, se o cliente estiver comprando uma placa mãe para um computador, quando ele clicar no produto para ver as informações do mesmo, do lado direito da página irá aparecer algum produto relacionado, como uma memória, processador, etc., algo que tenha relação com o produto que ele estiver comprando. Para configurar isso, deve-se acessar o painel administrativo, clicar em “catálogo” > “gerenciar produtos”, escolher o produto desejado e clicar em “editar”. Com a página de edição aberta, deve-se clicar na aba “Produtos Relacionados” e escolher o produto que será relacionado ao produto principal. Para salvar as alterações, basta clicar na opção “salvar”. A Figura 28 apresenta o cadastro de produtos relacionados e a Figura 29 a visualização de um produto relacionado na loja virtual (quadro vermelho destacado na imagem).

**Informações de Produto**

- Geral
- Prices
- Meta Information
- Imagens
- Recurring Profile
- Design
- Opções de presente
- Inventário
- Categorias

**Produtos Relacionados**

- Vendas Extras
- Vendas Cruzadas
- Comentários sobre Produto
- Etiquetas de Produto
- Produtos marcados pelos clientes
- Personalizar Opções

**Placa Mãe LGA1155 Asus P8B75-M LX PLUS (Default)** Voltar Redefinir Excluir Duplicado Salvar

Página 1 de 1 páginas | Ver 20 por página | Total de 1 registros encontrados

<input checked="" type="checkbox"/>	ID do Produto	Nome	Tipo	Nome do conjunto de atrib.	Status	Visibilidade	Unidade de Manutenção de Estoque
<input checked="" type="checkbox"/>	11	MEMORIA CORSAIR VENGEANCE 4GB DDR3 1600MHZ	Produto Simples	Default	Ativado	Catálogo, Busca	11

**Figura 28 - Configurando produtos relacionados**

Início / Componentes / Placa Mãe / Placa Mãe LGA1155 Asus P8B75-M LX PLUS



**Placa Mãe LGA1155 Asus P8B75-M LX PLUS**

[Enviar por e-mail a um amigo](#)  
[Seja a primeira pessoa a avaliar este produto](#)

Disponibilidade: Em estoque

**R\$259,00**

Qty:  **Adicionar ao carrinho** OU

[Adicionar à Lista de Desejos](#)  
[Adicionar para Comparar](#)

**Panorama Rápido**

Placa Mãe LGA1155 Asus P8B75-M LX PLUS - I3/I5/I7 ATX DDR3 Aud/Mid/Lan

**PRODUTOS RELACIONADOS**

Verificar itens a ser adicionados ao carrinho ou marcar todos

 MEMORIA CORSAIR VENGEANCE 4GB DDR3 1600MHZ  
 Preço Normal: ~~R\$499,00~~  
**Special Price**  
**R\$189,00**  
[Adicionar à Lista de Desejos](#)

**COMPARAR PRODUTOS**  
 Você não tem itens para comparar.

**MEU CARRINHO**  
 Você não possui itens no carrinho de compras.

**Figura 29 - Produtos relacionados configurados**

#### 4.3.4 Opções Personalizadas dos Produtos

Opções personalizadas são opções que o cliente pode escolher na hora de comprar determinado produto, como por exemplo, a cor, o tamanho, etc. Para configurar esta opção, deve acessar o painel administrativo, clicar em “catálogo” > “gerenciar produto”, escolher qual produto será personalizado e clicar em “editar”. Com o menu de edição aberto, deve-se clicar na aba “personalizar opções”, escolher o título e configurar quais opções o cliente poderá escolher. Após isso, basta clicar em “salvar”. A Figura 30 apresenta a tela de personalização de produtos e a Figura

31 apresenta um produto com opções personalizadas (quadro vermelho destacado na imagem) na loja virtual.

Informações de Produto

- Geral
- Prices
- Meta Information
- Imagens
- Recurring Profile
- Design
- Opções de presente
- Inventário
- Categorias
- Produtos Relacionados
- Vendas Extras
- Vendas Cruzadas
- Comentários sobre Produto
- Etiquetas de Produto
- Produtos marcados pelos clientes
- Personalizar Opções**

Gravador de dvd Lite On (Default) Voltar Redefinir Excluir Duplicado Salvar

Personalizar Opções

Título \* Tipo de entrada \* É obrigatório Classificar pedido

cor Caixa de Seleção Sim 0

Título *	Preço	Tipo de preço	Unidade de Manutenção de Estoque	Classificar pedido
branco	0.00	Fixado		0
preto	0.00	Fixado		0

Adicionar Nova Linha

Figura 30 - Personalizando produtos

Gravador de dvd Lite On

[Enviar por e-mail a um amigo](#)  
[Seja a primeira pessoa a avaliar este produto](#)

Disponibilidade: Em estoque

**R\$69,00**

**Panorama Rápido**

O Gravador DVD-RW Lite On Dual Layer iHAS122 22x SATA Preto OEM possui alto desempenho e é a solução ideal para tornar suas gravações rápidas além de manter você informado a tecnologia de drives ópticos lite on com alta velocidade de gravação.

O Gravador DVD-RW DVD+R Lite On Dual Layer iHAS122 22x SATA Preto OEM dispõe de compatibilidade com as seguintes mídias: DVD ± R, DVD ± R DL, DVD ± RW e DVD-RAM

Dê um duplo clique na imagem acima para ver imagem completa

MAIS VISUALIZAÇÕES

cor

branco

preto

\* Campos obrigatórios

Figura 31 - Produto personalizado

#### 4.3.5 Tier Price ( Camada de Preço)

*Tier price*, traduzido como “camada de preço”, é uma opção que pode ser utilizada para dar descontos ao cliente quando ele comprar um produto em maior quantidade, por exemplo, se o cliente comprar um pen drive ele irá pagar R\$ 15,90, se ele optar comprar 2 pen drives, o preço irá cair para 14,90 cada e se ele optar por comprar 3 irá pagar 13,90 cada um. Para habilitar esta opção, deve-se acessar o painel administrativo, clicar em “catálogo” > “gerenciar produtos”, selecionar o

produto a ser editado e clicar em “editar”. Com a página de edição do produto aberta, deve-se clicar na aba “prices”, onde serão exibidas as informações de preços do produto. Uma das opções listadas será “Tier Price” e basta clicar em “adicionar camada” que serão exibidas as opções para cadastrar o grupo de clientes que se encaixarão na opção, a quantidade de produtos e o preço para a quantidade selecionada. Feitas as alterações, basta clicar em “salvar”. A Figura 32 apresenta a tela de configuração Tier Price e um exemplo de produto na loja virtual é visto na Figura 33 (quadro vermelho destacado na imagem).

Informações de Produto

Pen Drive SDCZ50-004G-B35 Cruiser Blade (Default) Voltar Redefinir Excluir Duplicado Salvar

Preços

Preço \* 15,90 [BRL]

Group Price

Grupo de Clientes	Preço	Ação
<a href="#">Adicionar preço de grupo</a>		

Preço Especial [BRL]

Special Price From Date

Special Price To Date

Tier Price

Grupo de Clientes	Quant.	Preço	Ação
TODOS OS GRI	2 e acima	14,90	<a href="#">Adicionar</a>
TODOS OS GRI	3 e acima	13,90	<a href="#">Adicionar</a>

[Adicionar Camada](#)

Apply MAP Use config

Mostrar Preço Real Use config

Figura 32 - Configurando Tier Price

Início / Armazenamento / Pen Drive / Pen Drive SDCZ50-004G-B35 Cruiser Blade

**Pen Drive SDCZ50-004G-B35 Cruiser Blade**

[Enviar por e-mail a um amigo](#)  
[Seja a primeira pessoa a avaliar este produto](#)

Disponibilidade: Em estoque

**R\$15,90**

► Compre 2 por **R\$14,90** cada e **salvar 7%**

► Compre 3 por **R\$13,90** cada e **salvar 13%**

Qty:  [Adicionar ao carrinho](#) OU

[Adicionar à Lista de Desejos](#)  
[Adicionar para Comparar](#)

**Panorama Rápido**

- Capacidade de 4GB
- USB 2.0

Dê um duplo clique na imagem acima para ver imagem completa

MAIS VISUALIZAÇÕES

Figura 33 - Tier Price configurado

### 4.3.6 Gerenciar Pedidos

Para gerenciar os pedidos, deve-se acessar o painel administrativo e clicar na opção “Vendas” > “Pedidos” que serão listados os pedidos existentes. Nesta página encontram-se algumas opções como: filtrar pedidos pelo nome do cliente, número pedido, data, *status*, etc. Encontram-se também ações como cancelar o pedido, suspender, liberar, imprimir faturas, etc.

Para visualizar as opções avançadas do pedido, basta escolher o pedido desejado e clicar no link “ver”, localizado do lado direito. Na página que será aberta, serão mostradas todas as informações do pedido, como número do pedido, *status*, informações do cliente, endereço de cobrança e envio, opções de pagamento, etc. Nesta página é possível também gerar a fatura e enviar para o cliente por e-mail e também cadastrar um número de rastreamento do pedido, para manter o cliente informado sobre o andamento do seu pedido. A Figura 34 apresenta a tela de gerenciamento dos pedidos.

The screenshot shows the 'Visualizar Pedido' interface for order # 100000007. At the top, there are navigation buttons: Voltar, Cancelar, Enviar email, Suspender, Fatura, Envio, and Recomprar. The main content is organized into several sections:

- Informações:** A sidebar menu with options like Faturas, Notas de Crédito, Envios, Histórico de comentários, and Transações.
- Ordem # 100000007 (o email de confirmação de pedido não é enviado):**
  - Data do pedido: 08/02/2014 14:43:30
  - Status do pedido: Pendente
  - Comprado de: Main Website, Main Website Store, Default Store View
  - Situado no IP: 127.0.0.1
- Informações da Conta:**
  - Nome do cliente: Joao teste
  - E-mail: joao@teste.com.br
  - Grupo de Clientes: General
- Endereço de faturamento:** Joao teste, rua teste, Pato Branco, PR, 88010-150, Brasil, T: 46 9999-9999.
- Endereço de Envio:** Joao teste, rua teste, Pato Branco, PR, 88010-150, Brasil, T: 46 9999-9999.
- Informação de Pagamento:** Bcash. Para efetuar o pagamento, clique aqui. O pedido foi realizado com o uso de BRL.
- Informações sobre remessa e manuseio:** Correios - Sedex - Em média 2 dia(s) R\$31,10

**Figura 34 – Tela de gerenciando de pedidos**

Outra opção interessante nos pedidos é a opção “recomprar” pedido, ou seja, se o cliente por algum motivo cancelou um pedido e quer novamente fazer a compra que havia escolhido. Para isso não é necessário fazer o pedido todo novamente, basta apenas o administrador do site acessar o pedido e clicar no link “recomprar”, ou então, o próprio cliente pode acessar sua conta no site e na sua página de pedidos, clicar na opção “recomprar” (Figura 35). Fazendo isso é gerado

um novo número de pedido e ele altera o seu *status* de “cancelado” para “pendente” novamente.

The screenshot shows a customer dashboard titled 'Meu Painel'. On the left is a sidebar menu under 'MINHA CONTA' with options like 'Painel de Conta', 'Informações da Conta', 'Livro de Endereços', etc. The main content area has a greeting 'Olá, Joao teste!' and a message about account activities. Below this is a section for 'PEDIDOS RECENTES' with a 'Visualizar todos' link. A table lists recent orders with columns for 'Ordem #', 'Data', 'Enviar para', 'Total do Pedido', 'Status', and actions. The 'Recomprar' button for the first order is highlighted with a red box.

Ordem #	Data	Enviar para	Total do Pedido	Status	Ver Solicitação	Recomprar
100000007	08/02/2014	Joao teste	R\$81,00	Pendente	<a href="#">Ver Solicitação</a>	<a href="#">Recomprar</a>
100000006	07/02/2014	Joao teste	R\$64,70	Pendente	<a href="#">Ver Solicitação</a>	<a href="#">Recomprar</a>
100000005	07/02/2014	Joao teste	R\$90,30	Pendente	<a href="#">Ver Solicitação</a>	<a href="#">Recomprar</a>
100000004	07/02/2014	Joao teste	R\$904,00	Pendente	<a href="#">Ver Solicitação</a>	<a href="#">Recomprar</a>
100000002-1	06/02/2014	Joao teste	R\$35,80	Pendente	<a href="#">Ver Solicitação</a>	<a href="#">Recomprar</a>

**Figura 35 - Opção “recomprar” no painel do cliente**

#### 4.3.7 Configurar Termos de Uso e Condições

Uma opção importante é configurar os termos de uso da loja para que fique bem claro ao cliente como funciona a loja, quais as políticas de funcionamento, o prazo de envio da loja, as condições de pagamento, entre outras. Para configurar esses termos de uso, deve-se acessar o painel administrativo da loja, clicar em “Vendas” > “Termos e condições”. Na página exibida, basta clicar no botão “Adicionar nova condição” e abrirá uma janela para cadastrar a nova condição, sendo necessário cadastrar o nome da condição, alterar o *status* para “ativado”, escolher o texto para a caixa de verificação (texto que aparecerá ao lado da opção que o cliente deverá selecionar, informando que concorda com os termos) e também o conteúdo do termo de condição. Após isso, basta clicar em “salvar condição” (Figura 36).

Feito isso o termo estará configurado, porém ele ainda não estará sendo exibido na página de vendas. Para isso é preciso acessar o painel administrativo, clicar em “Sistema” > “Configuração”, no menu lateral, encontrar a aba “vendas”, clicar em “encerrar compra”, e em “habilitar termos e condições”, mudar a opção para “sim”. Feito isso estará habilitada no site a opção termos e condições, ou seja,

quando o cliente for finalizar alguma compra, ele deverá aceitar os termos e condições para poder continuar (quadro vermelho destacado na Figura 37).

**Editar Termos e Condições** Voltar Reterfina Apagar Condição Salvar Condição

**Informação de Termos e Condições**

Nome de Condição \*

Status \*

Mostrar Conteúdo como \*

Texto para Caixa de Verificação \*

Conteúdo \*

**Figura 36 - Configurando termos de uso**

**Encerrar Compra**

- Dados de Faturamento
- Dados de Frete
- Tipo de Frete
- Informação de Pagamento
- Revisão da Ordem**

Nome do produto	Preço	Quant.	Valor Subtotal
Mouse Tiger LEADERSHIP Gamer 1000 a 3000 DPI	R\$49,90	2	R\$99,80
		Valor Subtotal	R\$99,80
		Transporte & Manuseio (Correios - PAC - Em média 5 dia(s))	R\$14,80
		<b>Total geral</b>	<b>R\$114,60</b>

Nosso site funciona da seguinte forma...  
As condições de pagamento são as seguintes...  
O frete...

Pronto, concordo com todos termos.

**Figura 37 - Termos de uso**

#### 4.3.8 Cadastrar e Gerenciar Clientes

Para cadastrar e gerenciar novos clientes pelo painel administrativo deve-se clicar em “Clientes” > “Gerenciar Clientes”, e clicar no botão “Adicionar Novo

Cliente”. Na página de cadastro de clientes, devem-se cadastrar as informações do cliente como nome, sobrenome, e-mail, senha, endereço, etc. Nesta página de clientes também é possível filtrar clientes por nome, e-mail, telefone, etc. Para alterar os dados de um cliente já cadastrado, basta selecionar o cliente e clicar em “editar” e ao final da edição clicar em “salvar cliente” (Figura 38).

**Figura 38 - Cadastro de clientes**

Uma opção interessante é em caso de o cliente esquecer a senha da sua conta, basta o administrador acessar os dados do cliente no painel administrativo e marcar a opção “enviar a senha gerada automaticamente”, assim o cliente irá receber uma nova senha gerada automaticamente e poderá acessar novamente a sua conta, cadastrando a sua própria senha novamente.

#### 4.3.9 Cadastro de Grupo de Clientes

Outra opção interessante é criar um grupo de clientes para criar promoções e ofertas exclusivas apenas para determinados clientes, como por exemplo, clientes que mais compram no site, clientes que sempre pagam em dia, etc. Para criar grupo de clientes deve-se acessar o painel administrativo e clicar em “Clientes” > “Grupo



de Clientes” > “Adicionar novos grupos de clientes”, escolhendo o nome do grupo e clicando em “Salvar grupo de clientes”.

Após isso, deve-se clicar em “Clientes” > “Gerenciar Clientes”, selecionar o cliente que deseja adicionar ao grupo criado, clicar em “editar” e na opção “grupo” escolher o grupo que foi criado (quadro vermelho destacado na imagem), após isso, basta clicar em “salvar cliente” (Figura 39).

The screenshot shows the 'Informações da Conta' form in the Magento admin interface. At the top, there are navigation buttons: 'Voltar', 'Redefinir', 'Criar Pedido', 'Excluir Cliente', and 'Salvar cliente'. The form fields are as follows:

Informações da Conta	
Associate to Website *	Main Website
Created From	Default Store View
Grupo *	VIPs
Prefix	
Primeiro nome *	Juca
Middle Name/Initial	
Último nome *	Bala
Suffix	
E-mail *	jucabala@gmail.com
Date Of Birth	
Tax/VAT Number	
Sexo	

**Figura 39 - Cadastrando grupo de clientes**

#### 4.3.10 Clientes On-line

O Magento permite ao administrador consultar todos os visitantes e clientes *on-line* na página em determinado momento. Para isso, basta acessar o painel administrativo, clicar em “Clientes” > “Clientes Conectados”. Se a pessoa que estiver *on-line* no site estiver cadastrada, o sistema irá trazer as informações do cadastro do cliente como nome, sobrenome, e-mail, etc.

Esta opção auxilia o administrador a controlar melhor a sua loja, por exemplo, se estiver com muitos clientes *on-line*, ele pode aumentar o número de atendentes, ou então pode também aproveitar o grande movimento de clientes para criar alguma promoção que chame atenção de todos, entre outras (Figura 40).

**Cientes Conectados**

Página 1 de 1 páginas | Ver 20 por página | Total de 2 registros encontrados Remoção Filtro Pesquisa

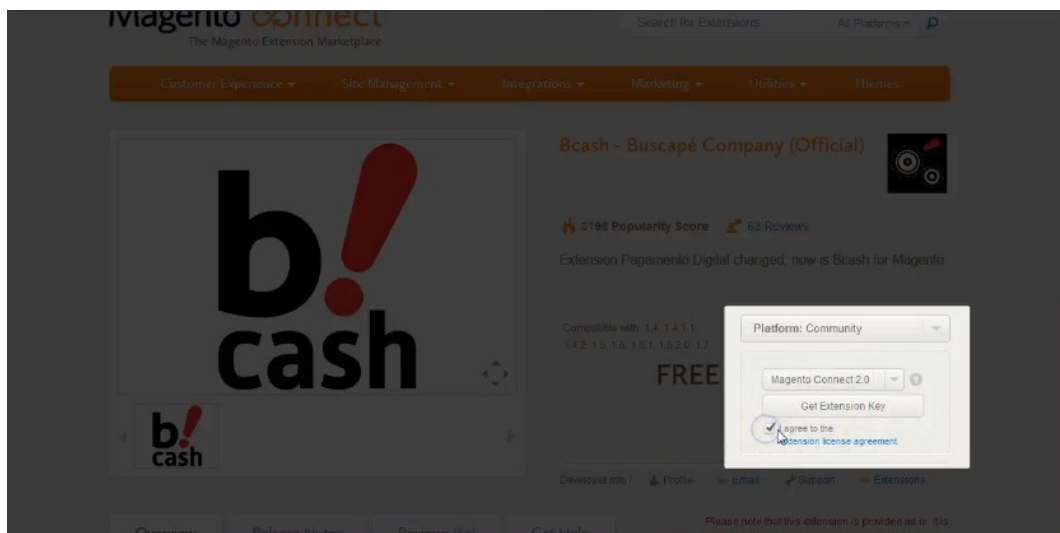
ID do Produto	Primeiro nome	Último nome	E-mail	Endereço de IP	Horário de início da sessão	Última atividade	Tipo	Último URL
1	Juca	Bala	jucabala@gmail.com	127.0.0.1	10/02/2014 23:22:53	10/02/2014 23:31:16	Cliente	http://localhost/magento/index.php/
2	Joao	teste	joao@teste.com.br	127.0.0.1	10/02/2014 23:21:30	10/02/2014 23:30:16	Cliente	http://localhost/magento/index.php/customer/account/

**Figura 40 - Clientes on-line**

### 4.3.11 Módulos de Pagamento

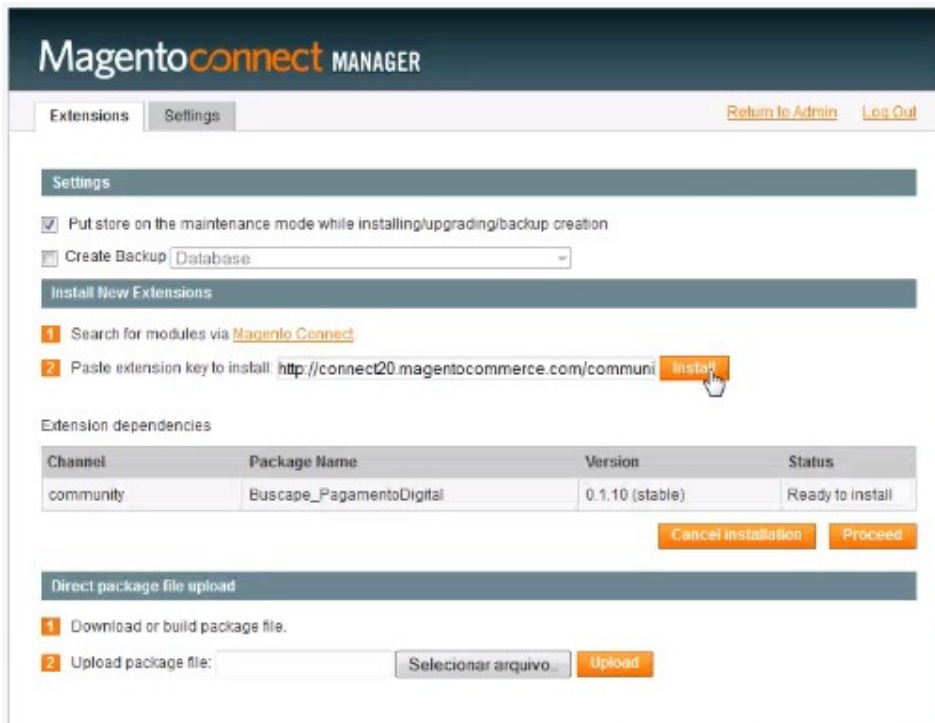
Existem vários módulos de pagamento disponíveis para serem adicionados aos sites feitos com Magento. Os módulos escolhidos para serem utilizados na loja virtual desenvolvida nesse trabalho foram o Bcash e o Moip, pelo fato de serem citados na comunidade Magento como os mais completos para nessa plataforma.

Para instalar um módulo de pagamento no Magento, o primeiro passo é baixar a chave de instalação do módulo. Para isso deve-se acessar o site do Magento Connect, disponível no [link http://www.magentocommerce.com/magento-connect](http://www.magentocommerce.com/magento-connect), onde será necessário fazer *login* com sua conta Magento (a mesma conta utilizada para fazer *download* da instalação do Magento) e na opção de busca do site basta digitar o módulo que será utilizado, no caso “Bcash” e mandar localizar. Após localizar o módulo, basta clicar sobre ele e irá abrir uma nova página que conterà um botão azul com opção “*Install Now*”. Clicando neste botão, abrirá algumas opções para escolha como a plataforma utilizada. Nesse trabalho foi utilizada a versão gratuita (Magento Community). Outra opção que deve ser preenchida é sobre qual versão Magento Connect está sendo usada (sugere-se utilizar sempre a última versão). Após isso deve-se clicar em “*I agree to the extension license agreement*”, para concordar com os termos e por fim clicar em “*Get Extension Key*” para gerar a chave de instalação do módulo (Figura 41).



**Figura 41 - Gerando chave de instalação Bcash**

Feito isso, deve-se copiar a chave que foi gerada. O próximo passo é acessar o painel administrativo, clicar em “Sistema” > “Conexão Magento” > “Gerenciador de Conexão Magento”, irá abrir uma nova página e em “*Paste extension key to install*” (Figura 42) deve ser colada a chave que foi gerada no site Magento Connect. Após colar a chave, basta clicar em “*Install*” e em seguida em “*Proceed*”. Aparecerá uma janela de instalação e após aguardar alguns segundos aparecerá uma mensagem “*cache cleaned successfully*”. Então estará concluída a instalação do módulo Bcash.



**Figura 42 - Instalando módulo Bcash**

O próximo passo é configurar o módulo, para isso deve-se acessar o painel administrativo da loja novamente, clicar em “Sistema” > “Configuração” > “Métodos de Pagamento”, e localizar a opção “Bcash – Todas as Formas de Pagamento” (Figura 43). Para configurar, é preciso deixar habilitada a opção “ativado” e configurar as opções “conta (e-mail) do Bcash”, “código da loja” e “token”. Essas 3 últimas opções devem ser preenchidas com os dados da conta Bcash, criada no site Bcash, no endereço <https://www.bcash.com.br>. Após realizar o cadastro no site, basta acessar a conta e clicar na aba “Ferramentas” que será mostrada a Chave de Acesso (*Token*) e também o código da loja (quadro vermelho destacado na Figura 44). Basta copiar essas 2 informações, juntamente com o e-mail de cadastro e colar nas configurações no Bcash do site Magento.

Bcash - Todas as Formas de Pagamento	
Ativado	Sim ▼
Título	Bcash
Status dos novos pedidos	Pendente ▼
Conta (e-mail) do Bcash	jonimaass@gmail.com
Código da loja no Bcash	5318714
Token	B151CF2E26E236C8C5C270AB4F9BE566
Quantidade Máxima de Parcelas	12 ▼
Ativar Retorno Automático	Sim ▼
Ativar Validação dos Dados (Hash)?	Não ▼
Gerar Fatura automaticamente para pedidos com produtos virtuais? (Completar)	Não ▼
Tipos de Países Permitidos	Países Específicos ▼
Permitir Pagamento de Países Específicos	Brasil ▼

Figura 43 - Configurando Bcash no site da loja Magento

Utilize sua Carteira Bcash para anunciar no Buscape

faça seu Investimento na aba "Investimento" e ganhe 5% de bônus sobre o investido!

Clique aqui para anunciar

Venha conhecer nosso novo portal!

Entre agora!

**Instalação do Sistema**

Códigos de integração para desenvolvedores instalarem o Bcash.

Escolha a melhor forma de integrar o Bcash a seu negócio.

Veja aqui como fazer a integração

Sua Chave acesso: **C48E673D1DEA089284B9C1843F8CA1**

Código da Loja: 8149538

Informe a url de retorno da sua loja:

Informe a url de aviso da sua loja:

Salvar

Figura 44 - Copiando dados da conta Bcash

Após configurar os dados da conta Bcash, é preciso escolher a quantidade máxima de parcelas que serão aceitas na compra com a utilização do módulo e

também deixar ativo a opção “Ativar retorno automático” para redirecionar o cliente novamente para a loja Magento após escolher a forma de pagamento (Figura 45). Feito estas configurações, basta clicar em “Salvar Configuração” e estará configurado o módulo Bcash no site da loja.

O processo de instalação do módulo Moip é praticamente o mesmo do Bcash.

A imagem mostra a interface de usuário do Magento para finalizar uma compra. O formulário é dividido em etapas numeradas de 1 a 4. A etapa 4, 'Informação de Pagamento', está selecionada e destacada em amarelo. Nesta etapa, o usuário pode escolher entre diferentes métodos de pagamento. O método 'Bcash' está selecionado com um botão de rádio. Abaixo dele, há uma seção 'Selecione uma Forma de Pagamento \*' com uma grade de ícones de cartões de crédito e depósitos, cada um com um botão de rádio. Os ícones incluem Boleto, Bradesco, Itaú, Banrisul, HSBC, Visa, MasterCard, American Express, Nubank, Citibank e HiperCard. Abaixo da grade, há opções para 'Depósito ou Transferência' e 'Credit Card (saved)'. No canto inferior direito, há uma nota '\* Campos obrigatórios' e um botão 'Continue'. No canto inferior esquerdo, há um link 'Voltar' com uma seta para cima.

Figura 45 - Realizando pagamento com módulo Bcash

#### 4.3.12 Módulos dos Correios

Para realizar a instalação do módulo dos correios no site da loja Magento, o processo é praticamente o mesmo da instalação do módulo de pagamento Bcash. Deve-se acessar o site do Magento Connect, fazer a busca pelo nome “correios”, nesta busca irão aparecer várias opções de módulo dos correios (alguns módulos gratuitos e outros pagos). O módulo escolhido nesse trabalho foi o módulo com

nome “Pedro Teixeira Correios” - gratuito. Selecionado o módulo basta seguir os passos executados para instalação do módulo Bcash, citado acima.

Após a instalação, deve-se realizar a configuração do módulo no site da loja, para isso é preciso acessar o painel administrativo, clicar em “Sistema”> “Configuração”, clicar na aba “Vendas” e escolher “Tipos de Frete”. Feito isso aparecerão algumas configurações do módulo dos correios que foi instalado, como nome do meio de entrega, formato do peso (Kg ou gramas), tipos de serviço (PAC, Sedex), entre outras opções não obrigatórias que podem ser configuradas de acordo com a necessidade de cada loja (Figura 46). Para continuar basta clicar em “Salvar Configurações”.

The screenshot displays the 'Tipos de Frete' configuration interface. On the left is a navigation menu with categories like 'Configuração', 'BUSCAPÉ COMPANY', 'CATÁLOGO', and 'CLIENTES'. The main content area is titled 'Tipos de Frete' and includes an 'Informações Importantes' section with text about version 4.2.0 updates and configuration instructions. Below this is a form with the following fields:

- Habilitar:** A dropdown menu set to 'Sim' with a '[VISUALIZAR LOJA]' link.
- Nome do Meio de Entrega:** A text input field containing 'Correios' with a '[VISUALIZAR LOJA]' link.
- Formato do Peso:** A dropdown menu set to 'Kilos' with a '[VISUALIZAR LOJA]' link and a sub-label '▲ Formato do peso dos produtos.'
- Serviços:** A list of service options with a '[VISUALIZAR LOJA]' link. The visible options are: Sedex Sem Contrato (40010), Sedex Com Contrato (40096), E-Sedex Com Contrato (81019), PAC Sem Contrato (41106), PAC Com Contrato (41068), Sedex 10 (40215), Sedex HOJE (40290), and Sedex a Cobrar (40045).

**Figura 46 - Configurando módulo dos correios**

O próximo passo é configurar os dados de origem, ou seja, os dados para envio dos produtos para poder calcular corretamente o valor do frete. Para isso basta acessar novamente a aba “Vendas” e selecionar “Configurações de Entrega” e cadastrar os dados de origem, ou seja, os dados da loja que está vendendo os produtos. Para finalizar, basta clicar em “Salvar Configurações” e o módulo dos

correios já estará instalado no site da loja e pronto para uso, como apresentado na Figura 47.

Figura 47 - Usando módulo dos correios

#### 4.3.13 Criar Blocos Estáticos

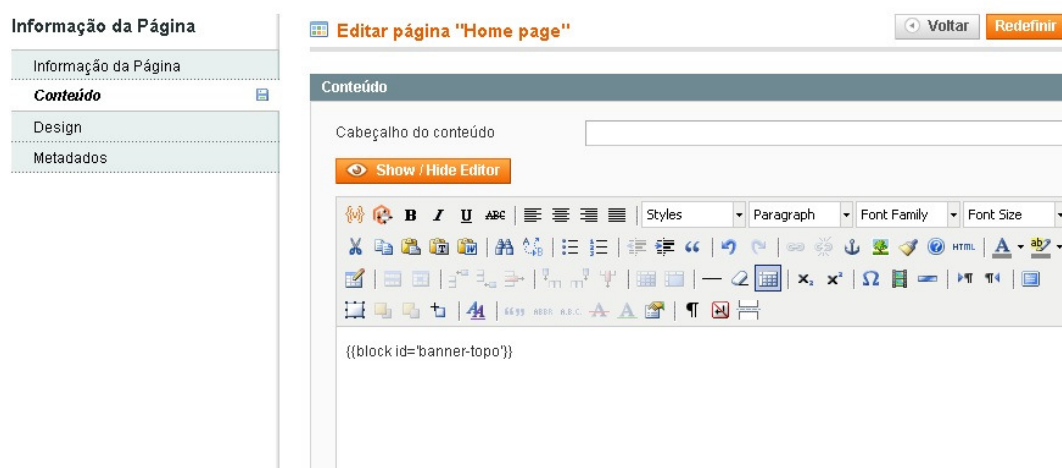
Por meio dos módulos estáticos do Magento é possível adicionar um *banner* na página da loja. Para isso deve-se acessar a página administrativa do site, clicar em “SGC” > “Blocos Estáticos” e clicar na opção “Acrescentar novo bloco”. O próximo passo é configurar um título para o bloco, um identificador e deixar o *status* como “habilitado”. Após o cadastro, o próximo passo é fazer *upload* da imagem que será utilizada, para isso basta clicar na opção “*insert/edit image*” localizada no menu, conforme quadro vermelho destacado na Figura 48)

Figura 48 - Adicionando imagem banner



Após clicar em inserir imagem será aberta uma nova janela para selecionar a imagem desejada e então basta clicar em “*Upload File*”. Feito isso, basta clicar em “*Insert*” para inserir a imagem na caixa de texto e clicar em “*Salvar Bloco*” para finalizar a criação do bloco. Após salvar o bloco, deve-se clicar novamente no menu “SGC”> “Páginas” e então selecionar a página “Home Page” que será listada.

Ao abrir a configuração da página Home Page, deve-se clicar na aba “Conteúdo” e na caixa de texto que será aberta, deve ser colocado o código para mostrar o bloco que foi criado, o código deste exemplo é: `{{block id='banner-topo'}}`, ficando configurado conforme a Figura 49).



**Figura 49 - Configurando bloco**

Após configurar a linha de código para mostrar o bloco que foi criado, (contendo um *banner* para a página), basta clicar em “*Salvar Página*” e o banner já estará aparecendo na página inicial da loja (Quadro vermelho na Figura 50).

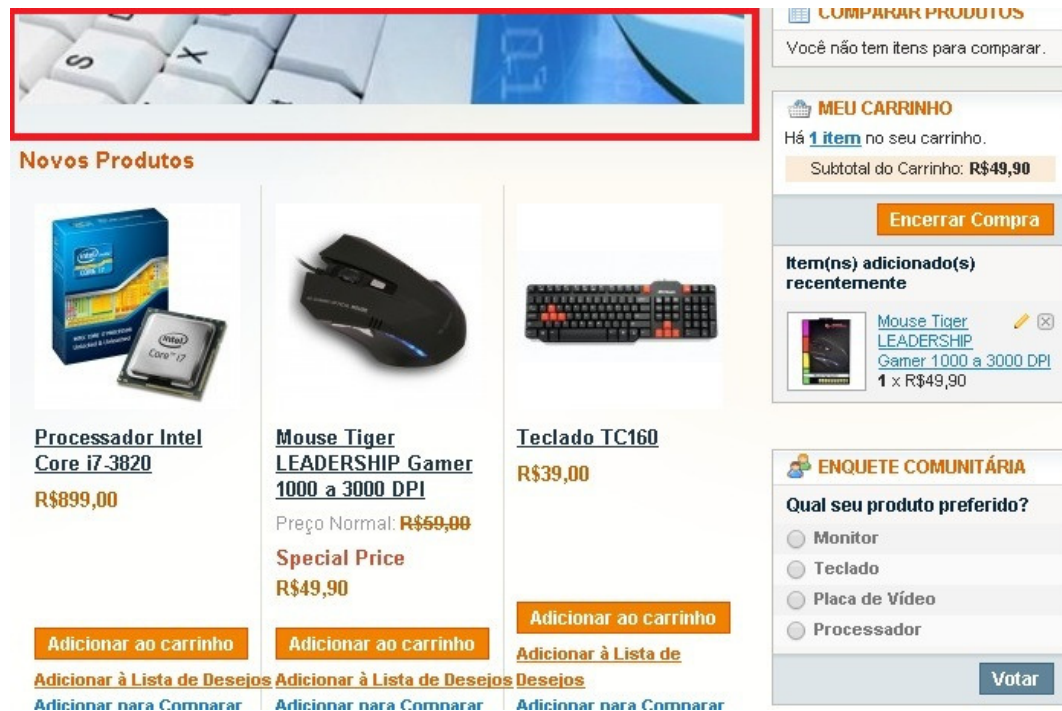


Figura 50 - Página inicial com banner configurado

#### 4.3.14 Editando Blocos Estáticos

Para editar blocos estáticos, primeiramente deve-se remover a imagem que vem configurada por padrão no Magento (propaganda que possui uma imagem de um cachorro). Para isso, é preciso acessar o diretório de instalação do Magento, que neste trabalho está configurado na pasta padrão do WampServer e acessar a pasta "C:\wamp\www\magento\app\design\frontend\base\default\template\callouts".

Dentro da pasta "callouts", encontram-se dois arquivos: "left\_col.phtml" e "right\_col.phtml", como no exemplo que será editado, o bloco está no lado esquerdo da página, será necessário alterar o arquivo "left\_col.phtml". Para isso, basta abrir o arquivo com algum editor de texto (notepad, notepad++, entre outros.). Feito isso, é preciso achar a linha de código que se refere à imagem da propaganda que será excluída, a linha começa com "<img src=...", como mostra o quadro vermelho destacado na Figura 51.

```

21 * @category    design
22 * @package     base_default
23 * @copyright   Copyright (c) 2010 Magento Inc. (http://www.magentocommerce.com)
24 * @license     http://opensource.org/licenses/afl-3.0.php  Academic Free License 3.0
25 */
26 ?>
27 <div class="block block-banner">
28     <div class="block-content">
29         <?php if(strtolower(substr($this->getLinkUrl(),0,4))=='http'): ?>
30             <a href="<?php echo $this->getLinkUrl() ?>" title="<?php echo $this->
31                 <?php elseif($this->getLinkUrl()): ?>
32                 <a href="<?php echo $this->getUrl($this->getLinkUrl()) ?>" title="<?
33                 <?php endif: ?>
34                 getLinkUrl()): ?>
36             </a>
37         <?php endif ?>
38     </div>
39 </div>
40

```

**Figura 51 - Apagando a imagem de propaganda do bloco estático**

Após apagar toda a linha de código desejada, basta salvar o arquivo e fechar o editor. Feito isso, o *banner* do cachorro não estará mais aparecendo na página principal da loja Magento. O próximo passo é criar um bloco estático para inserir na página no lugar do *banner* de propaganda que acabou de ser removido. Para isso, deve-se acessar o painel administrativo da loja, clicar em “SGC” > “Blocos Estáticos” > “Adicionar Novo Bloco”, configurar um nome e identificador para o bloco, deixar o *status* como “habilitado” e por fim associar uma imagem ao bloco. Com a imagem adicionada, basta clicar em “Salvar Bloco”. Feito isso, deve-se acessar novamente o menu “SGC” > “Páginas”, clicar em “Home Page” e depois em “Design”. Na caixa de texto que irá aparecer haverá um código HTML, deve-se clicar no fim do código e adicionar as linhas apresentadas no Quadro 2.

```

<reference name="left">
<block type="cms/block" name="Identificador-do-Bloco">
<action method="setBlockId"><id>Identificador-do-Bloco</id></action>
</block>
</reference>

```

**Quadro 2 - Código HTML para inclusão de bloco**

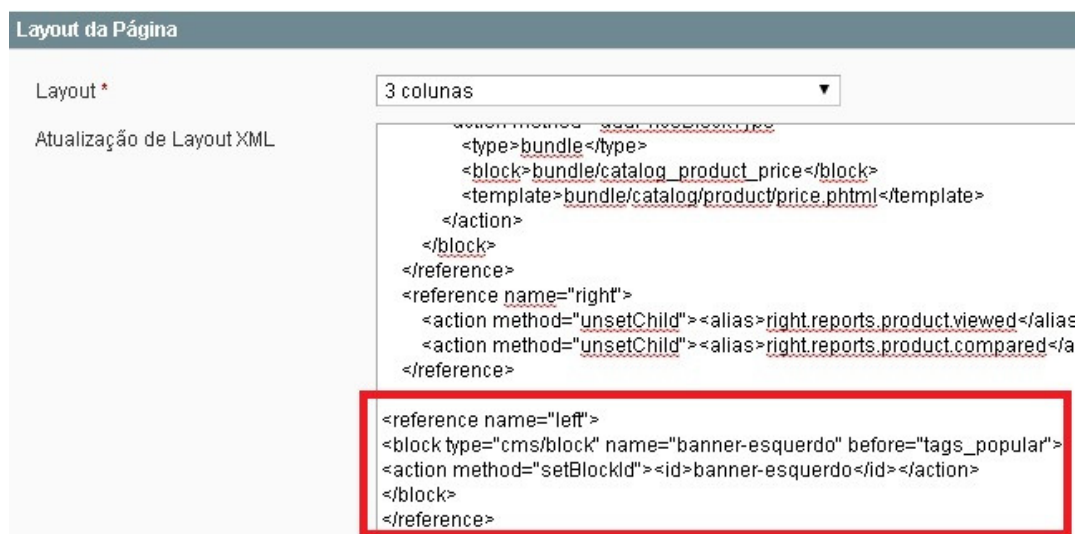
Vale lembrar que os locais que estão descritos como “Identificador-do-Bloco”, devem ser substituídos pelo nome do identificador que foi configurado na criação do bloco. No exemplo do trabalho, o identificador foi configurado com nome

“banner-esquerdo”, portanto o código foi ajustado e ficou como apresentado no Quadro 3.

```
<reference name="left">
<block type="cms/block" name="banner-esquerdo" before="tags_popular">
<action method="setBlockId"><id>banner-esquerdo</id></action>
</block>
</reference>
```

**Quadro 3 - Código html do banner-esquerdo**

A Figura 52 apresenta a inclusão do código na caixa de texto (quadro vermelho destacado) correspondente no painel administrativo do Magento.



**Figura 52 - Configurando código para adicionar bloco na página**

Terminando de configurar o código, basta clicar em “Salvar Página” e o novo bloco já estará configurado na página principal da loja Magento (Quadro vermelho na Figura 53).

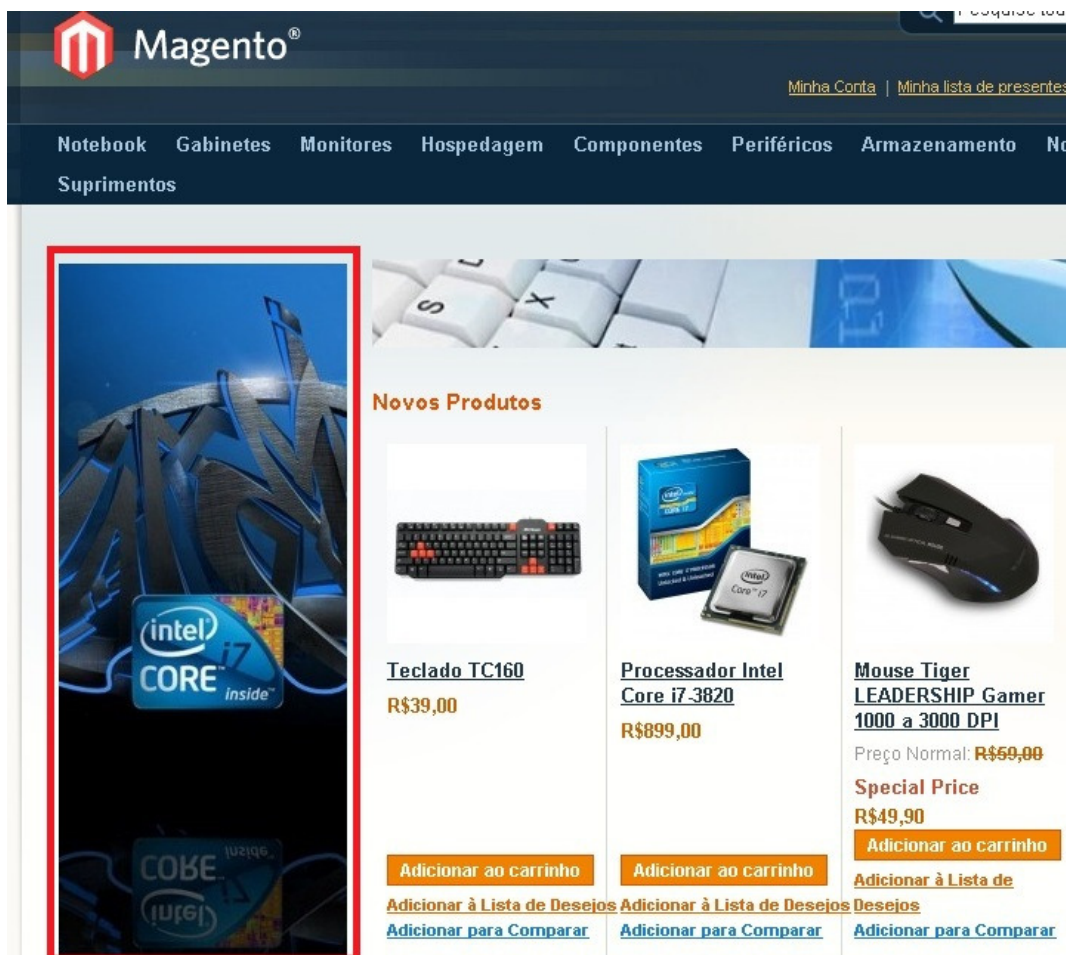


Figura 53 - Página inicial com bloco estático esquerdo configurado

#### 4.3.15 Criando Enquetes

Para criar enquete no Magento, primeiramente deve-se apagar a enquete que vem configurada por padrão no site, para isso basta acessar o painel administrativo, clicar em “SGC” > “Pesquisas”, selecionar a pesquisa padrão e clicar em “Apagar Enquete”. Para configurar uma nova enquete, basta clicar em “Adicionar Nova Enquete”, configurar a “Pergunta da Pesquisa” e depois clicar na aba “Respostas da Pesquisa” e configurar as respostas que aparecerão para escolha (Figura 54). Feito isso basta clicar em “Salvar Pesquisa” e a enquete estará disponível na página inicial do site Magento, como no exemplo apresentado na Figura 55 (quadro vermelho destacado).

**Informações da Pesquisa**

Informações da Pesquisa

**Respostas da Pesquisa**

### Editar Enquete 'Qual seu produto preferido?'

**Respostas Atribuídas**

Título da Resposta: \*

Contagem dos Votos: \*

✖ Excluir

Título da Resposta: \*

Contagem dos Votos: \*


✖ Excluir

Título da Resposta: \*

Contagem dos Votos: \*


✖ Excluir

Figura 54 - Configurando enquete



**Processador Intel  
Core i7-3820**  
R\$899,00

Adicionar ao carrinho



**Mouse Tiger  
LEADERSHIP Gamer  
1000 a 3000 DPI**  
Preço Normal: ~~R\$59,00~~  
**Special Price**  
R\$49,90

Adicionar ao carrinho

[Adicionar à Lista de Desejos](#)

**ENQUETE COMUNITÁRIA**

**Qual seu produto preferido?**

Monitor

Teclado

Placa de Vídeo

Processador

Votar

NOW ACCEPTING




Figura 55 - Enquete configurada

### 4.3.16 Criando Promoções no Magento

Para criar promoções no Magento, primeiramente é preciso acessar o painel administrativo, clicar em “Promoções” > “Regras de Preços de Carrinho de Compras”, e clicar no botão “Adicionar Nova Regra”, para configurar o nome da regra e uma descrição (opcional). O *status* deverá ser mantido como “ativado” (Figura 56).

The image shows the Magento administration interface for creating a new cart price rule. On the left, a sidebar menu is visible with the title 'Regra de preço de carrinho de compras' and sub-items: 'Informação da Regra', 'Condições', 'Ações', and 'Etiquetas'. The main content area is titled 'Nova Regra' and contains the 'Informações gerais' form. The form fields are as follows:

- Nome da regra \***: Promoção 10% OFF
- Descrição**: (Empty text area)
- Status \***: Ativo
- Grupos do cliente \***: A dropdown menu is open, showing the following options: NOT LOGGED IN, General, Wholesale, Retailer, and VIPs.
- Cupom \***: Cupom Especifico
- Código do cupom \***: mage123

**Figura 56 - Configurando promoção**

Existem duas formas de cadastrar a promoção, uma delas é escolher apenas um ou mais grupos de clientes que poderão ter acesso à promoção, ou então utilizar um cupom de desconto, ou seja, só terá acesso a promoção quem tiver o código do cupom de desconto.

No exemplo feito para esse trabalho, optou-se por utilizar a opção de cupom. Para isso, no campo “cupom” deve-se escolher a opção “cupom específico” e logo abaixo configurar o “código do cupom”. Pode-se também limitar o número de vezes que o cupom será utilizado e também quantas vezes cada cliente poderá usar o cupom. Outra opção é escolher o período em que a promoção estará ativa

(opcional). O próximo passo é clicar na aba “Ações” para cadastrar o valor de desconto na promoção, no caso do exemplo feito para esse trabalho, o percentual é de 10% (Figura 57). Para concluir, basta clicar em “Salvar”.

**Regra de preço de carrinho de compras**

Informação da Regra

Condições

**Ações**

Etiquetas

**Nova Regra**

Atualizar preços usando as seguintes informações

Solicitar:

Quantia de Desconto \*:

Desconto máximo de Qty é aplicado para:

Desconto Qty passo (comprar X):

Aplicar a Valor de Envio:

Frete Grátis:


Parar Outras Regras de Processamento:

**Figura 57 - Configurando promoção**

Com isso, o cliente que tiver acesso ao código do cupom, terá desconto de 10% na compra de qualquer produto, como mostram os quadros vermelhos destacados na Figura 58.

Carrinho de compras Prosseguir para a verificação

✔ O código de cupom "mage123" foi aplicado.

Nome do produto	Preço Unitário	Quant.	Valor Subtotal
 <a href="#">Mouse Tiger LEADERSHIP Gamer 1000 a 3000 DPI</a>	R\$49,90	1	R\$49,90

Continuar Comprando Limpar Carrinho de Compras Atualização do Carrinho de Compras

**CÓDIGOS DE DESCONTO**

Informe seu código de cupom, caso o tenha.

Valor Subtotal	R\$49,90
Desconto (mage123)	-R\$4,99
<b>Total geral</b>	<b>R\$44,91</b>

Prosseguir para a verificação

**Figura 58 - Comprando com cupom de desconto**



#### 4.3.17 Criando um Newsletter (Boletim Informativo)

*Newsletter* é um boletim informativo que será enviado para os clientes informando alguma promoção, por exemplo. Para cadastrar um novo boletim informativo, deve-se acessar o painel administrativo, clicar em “*Newsletter*” > “Modelos de Boletim Informativo” e clicar em “Adicionar novo modelo”, informando o nome do modelo, o assunto, nome do remetente, e-mail do remetente e o conteúdo do modelo (Figura 59). Uma informação importante, na caixa de texto, na qual será cadastrado o conteúdo do modelo, por padrão vem configurado uma mensagem e um *link*, este *link* não deve ser removido, pois serve para o cliente clicar caso ele não queira mais receber estes boletins informativos. Para salvar a configuração, basta clicar em “Salvar Modelo”.

The screenshot shows the 'Novo modelo de boletim informativo' (New newsletter model) form in the Magento admin panel. At the top right, there are buttons for 'Voltar' (Back), 'Redefinir' (Reset), and 'Converter para texto' (Convert to text). The form is titled 'Informação do Modelo' (Model Information) and contains the following fields:

- Nome do Modelo \*: Promoção de Fim de Ano
- Assunto do Modelo \*: promoção fim de ano
- Nome do remetente \*: MAGENTO
- E-mail do remetente \*: magento@magento.com
- Conteúdo do Modelo \*: A rich text editor with a toolbar. The content includes: 'APROVEITE NOSSA PROMOÇÃO DE FIM DE ANO!!!', 'TODA A LOJA EM 10X SEM JUROS!!!', and a placeholder for an unsubscribe link: 'Caso você não queira mais receber os nossos e-mails informativos, basta clicar no link: {{var subscriber.getUnsubscriptionLink()}}'.

**Figura 59 - Cadastro boletim informativo**

Após cadastrar o boletim informativo, o próximo passo é configurar o envio do modelo, para isso basta clicar na opção “Ação” (localizada ao lado do boletim que foi cadastrado), escolher “*Newsletter* da fila” e selecionar a data de início de envio, e depois clicar em “Salvar *Newsletter*”. Uma informação importante é que só irão receber os informativos, os clientes que solicitarem o recebimento, ou seja, para um cliente receber o boletim informativo, ele deverá acessar a página da loja e assinar a *newsletter*, informando o seu e-mail, conforme apresentado no quadro vermelho destacado na Figura 60.

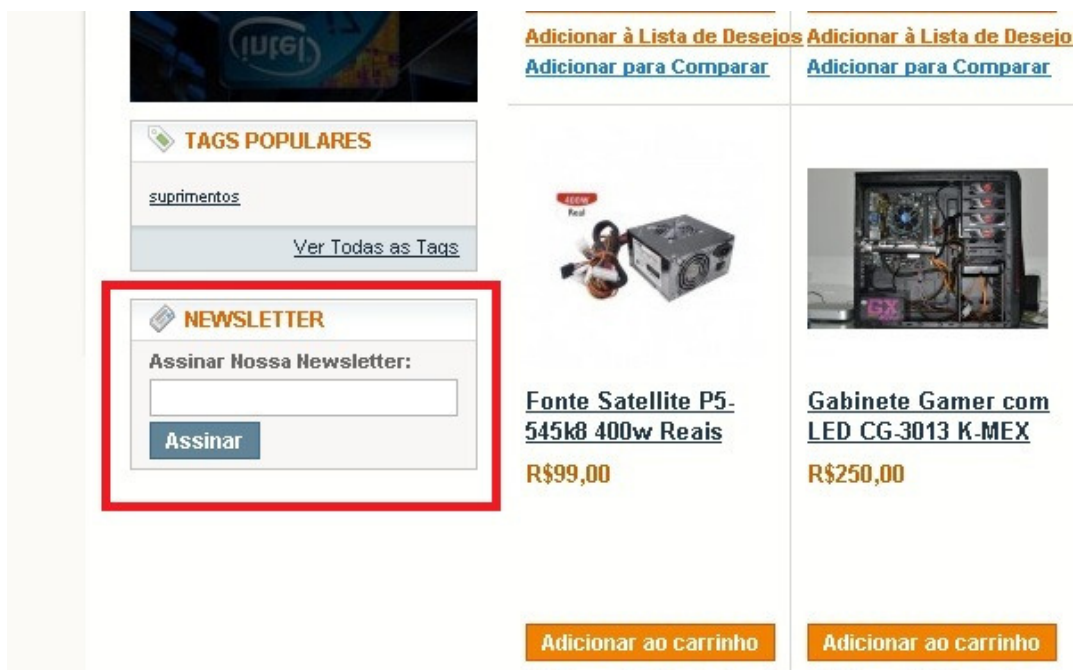


Figura 60 - Assinando Newsletter

Com as todas as configurações citadas acima, obteve-se a seguinte loja virtual configurada, conforme a figura 61, que mostra a página inicial da loja.

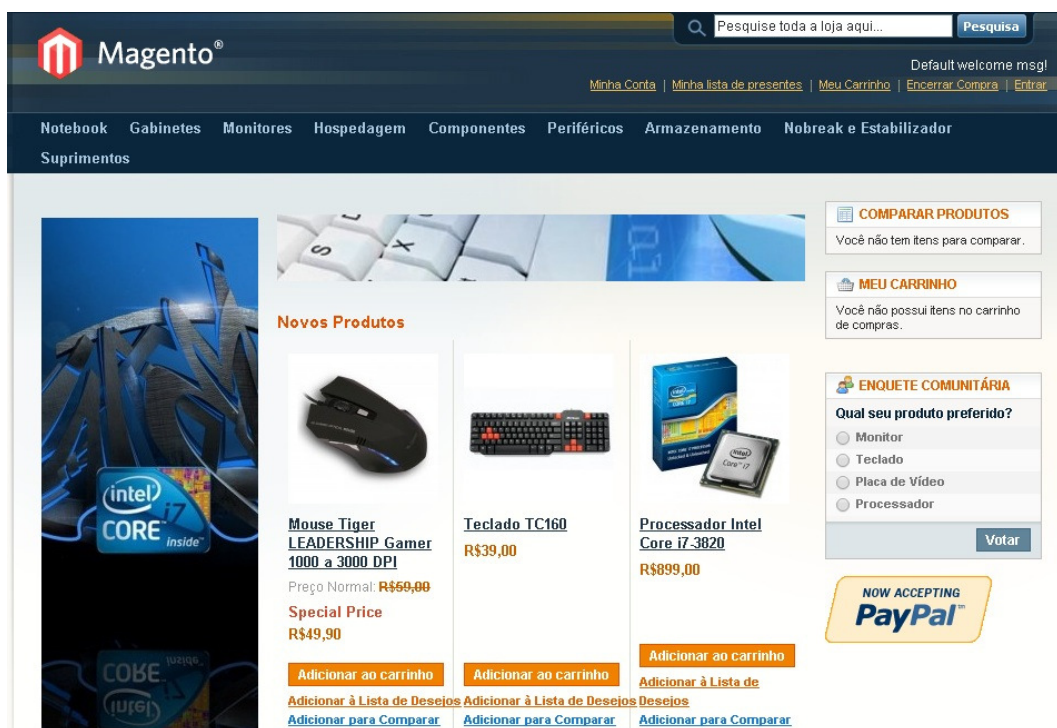


Figura 61 - Página inicial da loja configurada

## 5 CONCLUSÃO

O Trabalho de Diplomação teve enfoque no uso da plataforma de *e-commerce* Magento, buscando desenvolver uma loja virtual de forma prática e rápida.

Ao longo da pesquisa bibliográfica realizada e seleção das plataformas para estudo, verificou-se que algumas delas se destacam pela preferência em sua utilização, selecionando-se em função disso, para desenvolvimento de uma loja virtual como estudo de caso, a plataforma Magento.

Entende-se que os objetivos propostos nesse trabalho foram cumpridos, tendo em vista que a loja virtual foi instalada e personalizada como previsto.

Ao término desse trabalho é importante destacar a constatação de que é simples a instalação e configuração de uma loja virtual utilizando uma plataforma de *e-commerce* como a Magento. Com um pouco de empenho e dedicação, é totalmente possível montar sua própria loja com esta ferramenta, basta apenas “mergulhar” no mundo Magento, para descobrir que é uma ferramenta utilizada por milhares de pessoas no mundo todo, sendo assim, encontram-se muitas informações sobre ela.

Deve-se levar em conta algumas considerações em relação à utilização do Magento, como por exemplo, o pacote de tradução do Magento para o português brasileiro não consegue atualizar totalmente a página da loja virtual, ficando algumas palavras em inglês, como “*prices*”, “*short description*”, entre outras, exigindo um conhecimento maior do administrador do site para poder alterar o código fonte da página e deixar as palavras em português. Essas palavras em inglês também podem tornar a usabilidade do site um pouco complicada para o cliente.

Outro fator que pode causar um pouco de “dor de cabeça” para o administrador da loja virtual é em relação à compatibilidade dos módulos instalados separadamente na loja virtual, ou seja, o administrador instala uma versão X de algum módulo em sua loja Magento, e ao sair uma nova atualização para o Magento, o módulo pode não ser mais compatível, o que fará com que o administrador tenha que procurar outro módulo semelhante, ou até mesmo retirar da sua loja virtual.

A recomendação é de que seja feito um estudo antes da utilização da plataforma, para entender bem como funciona, evitando assim passar por problemas futuros, causados por desconhecimento da ferramenta.

Conclui-se, então, que embora tenha alguns fatores negativos quando a personalização da loja virtual, o Magento é uma plataforma bem completa, com muitas funcionalidades, que exigem um pouco de estudo para serem utilizadas, mas pode-se considerar uma ótima plataforma para um desenvolvimento fácil e rápido de uma loja virtual.

## REFERÊNCIAS

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico**: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

ALECRIM, E. **Conhecendo o servidor Apache (HTTP Server Project)**. 2006. Disponível em: <<http://www.infowester.com/servapach.php>>. Acesso em: 29 jan. 2014.

BRAGANÇA, Wanderson. **As 15 melhores plataformas e-commerce**. Disponível em: <<http://wbraganca.com/2010/07/as-15-melhores-plataformas-e-commerce-para-seu-site/>>, 7 jul. 2010. Acesso em: 18 dez. 2013.

CAMPOS, Leandro Silva; RIBEIRO, Marcos Wagner de Souza. **Realidade virtual aplicada a e-commerce**: proposta de plataforma baseada em VRML e PHP. Disponível em: <<http://www.lbd.dcc.ufmg.br/colecoes/wrva/2007/0029.pdf>>, 2007. Acesso em: 18 dez. 2013.

CRUZ, Alberto Fernando Blumenschein. **Manual simplificado de comércio eletrônico**: como gerar negócios, conquistar mercados, ampliar receita e reduzir custos dentro da economia digital emergente. São Paulo: Aquariana, 2000.

DINIZ, Leandro. **Líderes mundiais em plataforma de e-commerce**. Disponível em: <<http://nextecommerce.com.br/lideres-mundiais-em-plataforma-de-e-commerce/>>, 02 out. 2013. Acesso em: 18 dez. 2013.

E-BIT. **Conheça a e-bit**. Disponível em: <<http://www.ebit.com.br/conheca-ebit>>. Acesso em: 13 jan. 2014.

FERREIRA, Caio. **Qual plataforma usar no seu e-commerce**. Disponível em: <<http://www.comoimportardachina.com/qual-plataforma-usar-e-commerce/>> Acesso em: 18 dez. 2013.

FUOCO, Taís. **Guia Valor Econômico de Comércio Eletrônico**. SÃO PAULO: GLOBO, 2003.

GUASTI, Pedro. *WebShoppers*. 26 ed. In: **VP de Intellingence Marketing do Buscapé**, 2012.

\_\_\_\_\_. *WebShoppers*. 27 ed. In: **VP de Intellingence Marketing do Buscapé**, 2013a.

\_\_\_\_\_. *WebShoppers*. 26 ed. In: **VP de Intellingence Marketing do Buscapé**, 2013b.

KALAKOTA, R; WHINSTON, A. **Frontiers of eletronic commerce**. New York: Addison-Wesley, 1996.

**MAGENTO. Designer's Guide To Magento**. In: *Magento eCommerce Platform FoR Growth*. Magento Inc. 2011.

MORIMOTO, Carlos E. **Hub.** Disponível em: <<http://www.hardware.com.br/termos/hub>>, 26 jun. 2005. Acesso em: 13 jan. 2014.

NEVES, Leonardo. **O que é uma plataforma de e-commerce?** Disponível em: <<http://www.linkia.com.br/p/7-o-que-e-uma-plataforma-de-e-commerce#.UrlPdCczbeB>>, 8 maio 2013. Acesso em: 18 dez. 2013.

PESSÔA, Felipe. **Magento é líder mundial em plataformas de e-commerce.** Disponível em: <<http://www.intercase.com.br/magento-lider-mundial-plataformas-ecommerce/>>, 9 abr. 2013. Acesso em: 18 dez. 2013.

PINHO, José Benedito. **Publicidade e vendas na Internet:** técnicas e estratégias. São Paulo: Summus Editorial, 2000.

RELVAS, Marcos. **Comércio eletrônico.** Curitiba: Juruá, 2005.

SANTOS, André. **Saiba tudo sobre as melhores plataformas de e-commerce.** Disponível em: <<http://www.vendermaison-line.com.br/blog/saiba-tudo-sobre-as-melhores-plataformas-de-e-commerce/>>, 02 jan. 2012. Acesso em: 18 dez. 2013.

SIMCHI-LEVI, David; KAMINSKY, Philip; SIMCHI-LEVI, Edith. **Cadeia de suprimentos projeto e gestão:** conceitos, estratégias e estudos de caso. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

SOUZA, A. **Servidor WEB Apache, o que esperar?** Disponível em: <<http://www.devmedia.com.br/servidor-Web-apache-o-que-esperar/7096>>. Acesso em: 29 jan. 2014.

TURBAN, Efraim *et al.* **Tecnologia da informação para gestão:** transformando os negócios na economia digital. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

VALLE, Alberto. **O que é plataforma de e-commerce?** Disponível em: <<http://www.cursodeecommerce.com.br/blog/o-que-e-plataforma-de-ecommerce/>>, 14 abr 2013. Acesso em: 18 dez. 2013.

WAMPSEVER. **Página oficial do wampserver.** Disponível em: <<http://www.wampserver.com/en/>>. Acesso em: 14 fev. 2014.