

APLICAÇÃO WEB PARA E-COMMERCE DESENVOLVIDO EM ASP.NET MVC 5

WEB APPLICATION FOR E-COMMERCE DEVELOPED IN ASP.NET MVC 5

RESUMO:

O objetivo do presente trabalho é uma solução para uma empresa do setor de varejo nos processos de compra e venda de produtos. Considerando a utilização de recursos básicos para gerenciamento e processamentos de pedidos, será apresentado um e-commerce desenvolvido no framework ASP.NET MVC 5 para otimização do processo. Veremos inicialmente modelos e princípios de e-commerce e em conjunto toda fase de desenvolvimento de uma aplicação web. Desta forma, irá contribuir com o desenvolvimento do comércio eletrônico, criando uma aplicação web, na qual irá ajudar no controle de compras e vendas no varejo, facilitando as transações comerciais e garantindo rapidez nas negociações, além de abordar o contexto histórico do e-commerce e suas funções trazendo dados relevantes sobre o tema para que outros pesquisadores tenham como um ponto de partida o presente artigo.

ABSTRACT:

The objective of this work is a solution for a company in the retail sector in the processes of buying and selling products. Considering the use of basic resources for management and order processing, will be presented an e-commerce developed in the framework ASP.NET MVC 5 for optimization of the process. We will initially see models and principles of e-commerce and together the entire development phase of a web application. In this way, it will contribute to the development of e-commerce, creating a web application, in which it will help in the control of purchases and sales in the retail, facilitating the commercial transactions and ensuring speed in the negotiations, besides addressing the historical context of e-commerce and their functions by bringing relevant data on the subject so that other researchers have as a starting point the present article.

PALAVRAS-CHAVE:

E-commerce. Sistema. Aplicação. Web. SSL

KEYWORDS:

E-commerce. System. Application. Web. SSL

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Silva et al (2013), a evolução humana teve início desde que o homem deixou de ser nômade e deu início a pecuária e agricultura, foi a partir de novas necessidades que o homem começou a fazer uso de numeração, para ter o controle da quantidade do rebanho, verificando se havia a mesma quantidade no dia seguinte. Estes foram uns dos primeiros problemas que o homem precisou resolver e foi nessa mesma

época que começou a surgir as primeiras negociações tais como conhecemos na atualidade.

De acordo com Pinto (2016), uma nova forma de mercado surgiu, no qual o consumidor não necessita ir às lojas para efetuar suas compras, buscar produtos, serviços e pesquisar seus devidos valores, sendo possível efetuar seu pagamento sem sair de casa, bem como escolher marcas, cores, durabilidade entre outros itens que propõem as exigências do comércio. Assim são as transações comerciais via internet na qual se denomina e-commerce.

Segundo Borges (2018), nestas últimas quatro décadas, são notórias as mudanças nos hábitos de vida da sociedade, influenciando nas características sociais e deixando claro o desenvolvimento das tecnologias e o firmamento da globalização e a dissolução das fronteiras por redes de computadores, além do aumento fascinante da comunicação.

Tal evolução trouxe consigo algumas mudanças na rotina da sociedade em questão, onde o comércio se tornou mais exigente e dinâmico, mudando a forma de interação entre clientes e fornecedores.

Segundo Diniz (2011), o e-commerce tem um papel fundamental nas novas formas de negociações, procura e oferta desta modalidade de comércio, permitindo um alcance maior de clientes, garantindo uma melhor qualidade de vida quando o assunto é mobilidade e rapidez, assim como fornecer lucros significativos pelo uso de um recurso rápido e seguro que é a internet.

Por relevância do tema, foi decidido aprofundar sobre o assunto e desenvolver uma aplicação web, para controle de vendas no comércio eletrônico, apresentando soluções para uma empresa do setor de varejo, nos processos de compra e venda de produtos, propondo uma discussão sobre as vantagens do e-commerce, bem como sua garantia de proteção.

2 METODOLOGIA

Esta pesquisa é bibliográfica e descritiva, sendo realizados estudos em livros, artigos, periódicos, cartilhas e leituras das legislações vigentes, resoluções e demais atos normativos que dispõem sobre tema.

Em 2017 74,9% dos domicílios brasileiros possuía acesso à internet IBGE (2019), devido a mais da metade dos domicílios brasileiros possuírem acesso à internet, teve-se o interesse em desenvolver soluções voltadas para internet.

O mercado de e-commerce no Brasil teve crescimento nas vendas no primeiro semestre de 2019 representando um faturamento bilionário EBIT (2019).

Com o crescimento do e-commerce e a considerável parte dos domicílios terem acesso à internet, foi definido como objetivo desenvolver uma aplicação web para controle de vendas no comércio eletrônico levando uma solução para uma empresa do setor de varejo nos processos de compra e venda de produtos, tendo como objetivos específicos:

- Discutir sobre as vantagens de e-commerce
- Analisar as vantagens do e-commerce
- Discutir sobre as leis que protege o e-commerce
- Discutir a relevância em investir no e-commerce

No decorrer dos anos, o ser humano tem evoluído não só na sua forma de viver, como também os aparatos que os auxiliam em seu dia a dia, com isso a cada ano surgem mais e mais recursos que aos poucos só melhoram a vida dos indivíduos. Neste contexto, temos um dos assuntos mais polidos que são as negociações e suas áreas de alcance em relação a seus clientes, assim como sua forma prática de uso na qual um novo conceito de comércio que é o e-commerce.

Segundo Oliveira (2015), o termo e-commerce (comércio eletrônico), aborda o desenvolvimento do mercado eletrônico no qual se mostra presente a cada dia mais na vida das pessoas, porém mesmo possuindo um conforto e facilitando as negociações, o e-commerce passa por inúmeras discussões quando se trata de direitos e deveres, além das questões éticas empresariais dos envolvidos no mercado eletrônico.

Oliveira (2007) define e-commerce da seguinte forma:

podemos definir E-commerce como uma prática de negócios on-line realizada por uma empresa, utilizando-se da informação digital com o objetivo de atender direta ou indiretamente a seu cliente. Em outras palavras, transações comerciais realizadas por meio da internet (Oliveira, p.37, 2007).

Para Schneider (2018), entende-se por e-commerce toda e qualquer atividade, seja essa entrega total ou parcial com objetivo de comércio imediato, antecedente ou subsequente executado em um aparelho eletrônico conectado à internet, podendo agregar pessoas físicas, empresas, governos, organizações não empresariais, ou seja, qualquer as relações entre tais, ou até entre os próprios.

Não tem o que se contestar quando se diz que, uma única ferramenta seria responsável por transformações gigantescas no comportamento da sociedade, sendo um dos pilares da nova forma de negociar que é a internet e o e-commerce.

Esta ferramenta tecnológica que teve como base um conjunto de redes interligadas, passando além das fronteiras geográficas tornou possível o compartilhamento de informações de forma instantânea, permanente e imaterial com o armazenamento ilimitado de dados com a possibilidade de acesso aos mais variados conteúdos e assim nasceu o mundo virtual (PINTO, 2016).

O e-commerce foi desenvolvido para uma interação ágil, favorecendo a comercialização de produtos ou serviços, de uma forma rápida e fácil por se tratar de uma transação on-line, e isso se torna uma propagação de tamanho imensurável, pelo fato de abranger o mundo inteiro, por se tratar de um comércio à distância, possibilitando o consumidor a decidir pelo melhor produto e preço.

Possuindo vários modelos, o e-commerce possibilita vários tipos de transações, que podem ocorrer entre empresas, pessoas e até mesmo governo, onde a função principal é de se relacionar para concretizar negócios on-line de forma prática e rápida.

Segundo Oliveira (2007), um comércio eletrônico, ao ser desenvolvido, deve conter uma série de quesitos que possibilite o consumidor finalizar sua compra com sucesso.

Basicamente o e-commerce deve apresentar:

- Produtos ou serviços da loja virtual.
- Regras para as taxas de frete.
- Cadastrar o cliente com seus dados pessoais.
- Estabelecer as regras de pagamento.
- Estabelecer as regras de entrega do produto ou serviço.
- Finalizar o pedido [...] (Oliveira, p.40/41, 2007).

Ainda de acordo com Oliveira (2007), um dos modelos mais conhecidos de e-commerce é B2B (Business to business) que possibilita de forma mais simplificada de negociação entre empresas, onde foram deixados para trás as formas tradicionais e formais de negociações entre as partes, deixando de se fazer uso de muitos documentos e burocracias para a efetivação da aquisição. Com essa maneira de se negociar on-line, ficou simplificado, logo, foi se otimizando as cadeias de valores e necessidades e isso vem cada vez mais aumentando o universo das empresas entre si.

Segundo Diniz (2011), o e-commerce veio para se tornar um facilitador para os usuários da internet que buscam fazer negócios, compras ou qualquer outro tipo de transação comercial pelo fato de conciliar comodidade, facilidade, pois se tornou muito mais seguro com os novos recursos de segurança para navegar e realizar estas operações via internet.

É possível ver que no início do e-commerce os CDs e livros foram os produtos mais vendidos no Brasil como também nos demais países. Uma das perguntas que levou a expansão do comércio eletrônico foi, quantas pessoas já estão usufruindo da web e de que forma pode-se usar isto como estratégia do mercado? Este é justamente o público alvo das empresas que tem seu foco a internet (USHIWATA et al, 2006).

Por se tratar de um serviço on-line, este recurso vem se desenvolvendo e trazendo cada vez mais vantagens para os usuários, tudo para que as negociações comerciais se tornem mais simples, ágeis e ofertando a cada dia uma nova especialidade do comércio (FIKELSTEIN, 2011).

Segundo (FINKELSTEIN, p. 57, 2011), no que diz respeito às leis que rege esse comércio eletrônico no Brasil, tramita no congresso três projetos para a regulamentação deste comércio, que são eles:

- O projeto de Lei n° 1.589 de 1999 (autoria de Luciana Pizzatto);¹
- O projeto de Lei n° 672 de 1999 (autoria de Lúcio Alcântara);²
- O projeto de Lei n° 1.483 de 1999 (autoria de Dr. Hélio).³

É interessante ressaltar que devido a isso o código de defesa do consumidor foi levado a público em 1990, visando levar proteção a aqueles que necessitavam de proteção no mundo virtual. Com esse avanço que assegura os direitos, os contratos começaram a se fortalecer como no Brasil que só começou a ter esse firmamento em 2000 que seria depois de 10 anos do surgimento de tais leis.

Apesar da criação dessas regras para a proteção dos navegadores desse novo mercado, não demorou muito para começar a demonstrar falhas como, por exemplo, no início do século XXI em que ele já demonstra deficiências em relação aos novos tipos de consumidores que quebrava de certa forma em relação ao avanço tecnológico tomando como exemplo os contratos de comércio eletrônico realizado entre clientes diante a plataforma mediadora.

De acordo com Albertin (2010), o e-commerce tem por obrigação garantir aos seus usuários os seguintes itens:

E-NF (Nota Fiscal Eletrônica): Com a implantação deste meio de envio de notas fiscais, os talonários de papeis ficaram ultrapassados e esquecidos deixando de ter valor, e todos os sistemas passaram a ser on-line, possibilitando assim um maior controle sobre as notas fiscais emitidas, evitando uma eventual sonegação de impostos, pelo fato de todas as operações realizadas pelas empresas estarem ligadas ao site da receita federal, 24 horas, não sendo diferente com as empresas que aderiram ao meio de comércio virtual, com a implantação de um e-commerce.

E-Boleto: Desde o final de 2009 esta opção foi implementada e a partir de então os boletos passarão a ser digitalizados e enviado aos seus credores de uma forma on-line, possibilitando os mesmos a serem pagos ou consultados pela internet, através de seus smartphones, caixas eletrônicas ou qualquer equipamento eletrônico com acesso à internet.

Em outras palavras foi gerado um ganho de tempo, pois não a mais a necessidade de se deslocar a uma agencia bancaria e pegar fila, devido ao recurso do E-Boleto, fazendo com que as fraudes e os gastos com papeis e impressões fossem diminuídos ao nulo, possibilitando os clientes a escolherem entre o modo convencional ou se aderindo ao E-Boleto, com estas opções até mesmo os bancos passaram a dar atenção especial aos seus clientes (SILVA, 2015).

De acordo com Ushiwata et al (2006) vale ressaltar que:

Evidentemente, só a existência do mercado não representa necessariamente o sucesso absoluto do Comércio Eletrônico e das empresas ponto-com. Outras variáveis devem ser consideradas, como comportamento do consumidor on-line e o próprio desempenho das empresas em satisfazer as necessidades desse consumidor, entre outras coisas (USHIWATA et al, p.28, 2006).

Seguindo a linha de pensamento do autor citado acima, abrir uma empresa virtual não é garantia de sucesso, mesmo no mundo virtual os consumidores desejam o mesmo, serem atendidos no prazo, com qualidade e com a garantia de seus direitos.

Vivemos em uma era digital, onde temos algumas oportunidades de se destacar, principalmente no mercado de comércio virtual, no qual utilizando de algumas ferramentas para alcançar determinadas conquistas, as empresas que desejam realizar negociações deste tipo, ou seja, além das fronteiras contam com um grande aliado para a concretização deste tipo de transação, o e-commerce (OLIVEIRA, 2007).

O e-commerce por ter a sua característica de dar acesso aos mesmos produtos, para várias pessoas de qualquer parte do mundo, trazendo consigo a vantagem de comprar em uma loja virtual, os mesmos produtos que nas lojas físicas, porém com o diferencial de

achar o melhor valor, além de contar com uma loja virtual disponível por 24 horas e 365 dias por ano que vem em linha crescente a cada ano (O'BRIEN, 2004).

Alguns tipos de empreendimentos opinaram em ter apenas as lojas virtuais, com isso se tornaram um empreendimento bem sucedido, como por exemplo, as lojas virtuais Submarino e a Amazon, assim inspirando outras lojas de grande, médio e pequeno porte, fazendo com que estas lojas garantam o sucesso de seus produtos e serviços, garantindo mais vantagens aos seus consumidores.

O benefício que esse tipo de loja possui, é que através do primeiro acesso, o cliente passa por um cadastro onde é gerado um login e senha, que por sua vez leva até o cliente a preços e ofertas especiais e a vantagem das várias formas de pagamentos que o e-commerce oferece, com isso a fidelização de seus clientes se tornam cada vez mais frequente.

O crescimento deste tipo de comércio está diretamente relacionado com as mudanças de hábitos da sociedade, com aumento das vendas online em detrimento as compras em lojas físicas, beneficiando o consumidor com a comodidade, praticidade e segurança.

Com o início da web 2.0, houve uma transformação revolucionária por parte da internet, deixando de ser um conjunto de páginas estáticas e sem possibilidade de interação e passando a ser o meio mais importante de comunicação, desde uma simples compra ou venda de produtos, serviços ou até mesmo uma importante transação bancária, dentre tantas outras atividades, que vêm se tornando habitual e cada vez mais comum entre os usuários pela conveniência e comodidade.

Concomitante a essa transformação, o que mais preocupou os desenvolvedores foi à segurança de informação trafegada, trazendo consigo uma grande necessidade de criar um protocolo seguro de comunicação.

Segundo Finkelstein (2011), em 1994 ocorreu um grande passo para a segurança do comércio eletrônico com o lançamento da Netscape 1.0 que apresentava o protocolo chamado Secure Socket Layer (SSL) que mantém seguras as transações online, conseqüentemente se tornou possível a primeira transação segura online que ocorreu no dia 11 de Agosto de 1994 noticiado pelo jornal The New York Times.

Este certificado tem como função primordial, a interação segura entre servidores e clientes, tamanha satisfação em segurança que este certificado digital possui, está ligada a sua forma de transmitir dados, que se faz por forma de tunelamento, enviando e/ou

recebendo informações criptografadas de ponta a ponta, impossibilitando que estas informações estejam disponíveis a pessoas maus intencionadas (FINKELSTEIN, 2011).

Ferramenta utilizada para desenvolvimento de aplicação web, possibilitando a criação de pequenos sites a um complexo portal de e-commerce, uma ferramenta baseada no padrão de arquitetura MVC (Model View Controller), vastamente aplicada em um desenvolvimento web (DEITEL, DEITEL e STEINBUHLER, 2004).

Utilizada para mapear entrada, processamento e saída, para desenvolver de maneira simplificada a interação com o usuário.

Neste tipo de arquitetura, ficam representados às regras de negócio que vão governar o acesso e as modificações de dados, fornecendo ao controlador a capacidade de acessar as informações de aplicações encapsuladas pelo próprio modelo.

Utilizando de um componente para a renderização de uma parte específica do conteúdo e faz o encaminhamento das ações do usuário para o controlador, que por sua vez define como esses dados devem ser apresentados.

O controlador é o responsável por verificar as ações dos usuários, definindo as ações da aplicação, mapeando tal ação, como cliques no botão ou seleção de menus, assim podendo ativar o processo de negócio ou alterar o estado do modelo.

3 DESENVOLVIMENTO

Se baseando na escolha do usuário, o modelo fará o processamento para selecionar a visualização a ser exibida, respondendo a solicitação do usuário. Contudo, o padrão MVC fica responsável de fazer a separação dentre os diferentes componentes de uma aplicação web, possibilitando um maior controle individualmente a cada aplicação (DEITEL, DEITEL e STEINBUHLER, 2004).

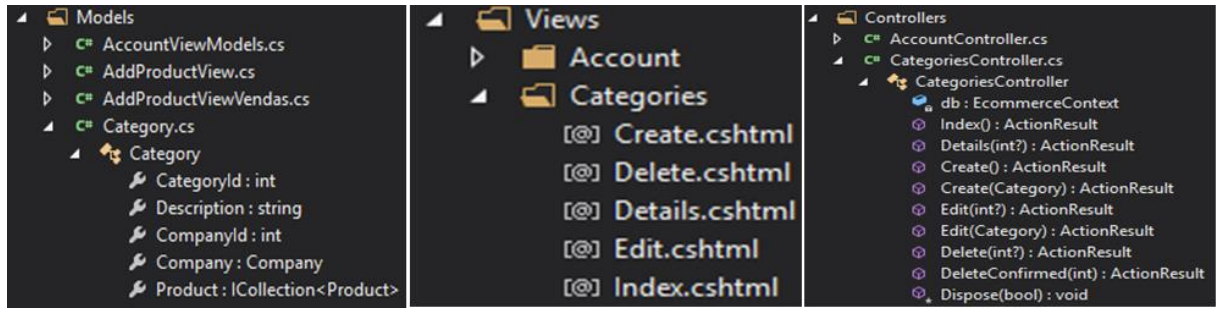
Estes componentes são:

Models (modelos): parte da aplicação responsável por controlar a lógica e o domínio de dados, retornando o estado do modelo ao banco de dados.

Views (visões): responsáveis por exibirem a interface dos usuários, sendo criada a partir de um modelo de dados.

Controllers (controladores): responsável por retornarem a entrada do usuário, fazendo uma interação com o sistema, trabalhando no modelo trazendo uma visão a ser exibida ao usuário.

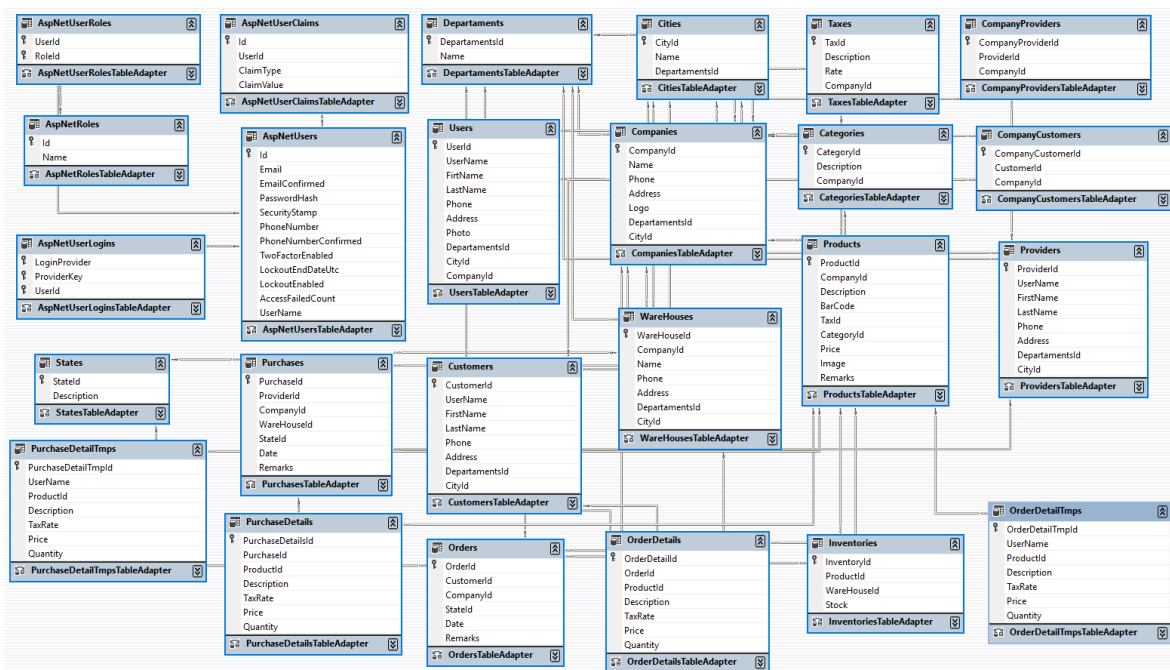
Figura 01 - Estrutura MVC



Fonte: Captura de tela da aplicação desenvolvida.

No projeto foi modelado a estrutura das entidades e seus relacionamentos para um e-commerce B2B, para evitar redundâncias de informações garantindo uma melhor performance da aplicação.

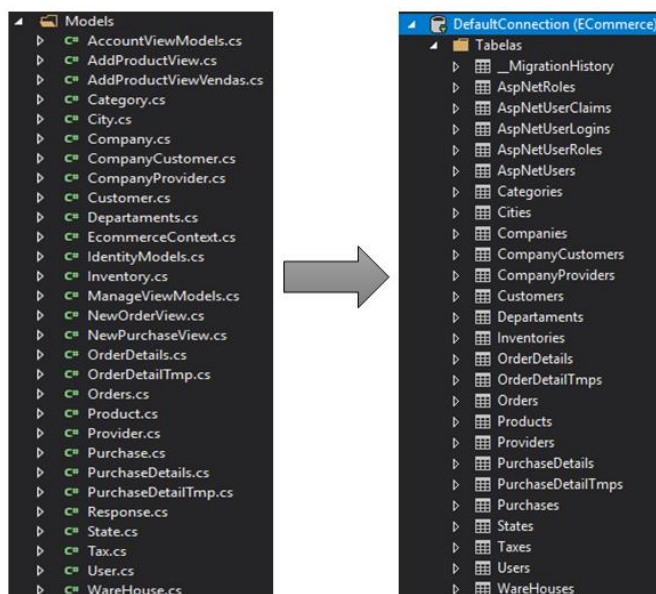
Figura 02 - Diagrama de Entidades Relacionais



Fonte: Elaborada pelo autor.

Utilizado o Entity Framework para transformar todas as classes na camada de modelo em tabelas no banco de dados trazendo agilidade no desenvolvimento.

Figura 03 - Entity Framework



Fonte: Captura de tela da aplicação desenvolvida.

Dessa forma foi vantajoso o uso do recurso Migrations para que toda alteração realizada na camada de modelo seja replicada automaticamente no banco de dados.

Figura 04 - Migrations

```
namespace ECommerce.Migrations
{
    using System.Data.Entity.Migrations;

    internal sealed class Configuration : DbMigrationsConfiguration<ECommerce.Models.EcommerceContext>
    {
        public Configuration()
        {
            AutomaticMigrationsEnabled = true;
            AutomaticMigrationDataLossAllowed = true;
            ContextKey = "ECommerce.Models.EcommerceContext";
        }
    }
}
```

Fonte: Captura de tela da aplicação desenvolvida.

No decorrer do projeto houve complicações para datas e valores monetários na qual para suprir a necessidade foi utilizado o recurso Globalization, que atuou na padronização de toda aplicação para o português (PT-BR).

Figura 05 - Recurso Globalization

```
protected void Application_Start()
{
    Database.SetInitializer(new MigrateDatabaseToLatestVersion<Models.EcommerceContext, Migrations.Configuration>());
    CheckRolesAndSuperUser();
    System.Globalization.CultureInfo.DefaultThreadCurrentCulture = new System.Globalization.CultureInfo("pt-BR");
    AreaRegistration.RegisterAllAreas();
    GlobalConfiguration.Configure(WebApiConfig.Register);
    FilterConfig.RegisterGlobalFilters(GlobalFilters.Filters);
    RouteConfig.RegisterRoutes(RouteTable.Routes);
    BundleConfig.RegisterBundles(BundleTable.Bundles);
}

<system.web>
<globalization culture="pt-BR" uiCulture="pt-BR" enableClientBasedCulture="false" />
<authentication mode="None" />
<compilation debug="true" targetFramework="4.5.2" />
<httpRuntime targetFramework="4.5.2" />
</system.web>
```

Fonte: Captura de tela da aplicação desenvolvida.

Para aprimorar a segurança, foi utilizado o recurso Windows Authentication para criptografia de senha, controle de permissão de acesso tanto no lado do cliente como do lado do servidor.

Figura 06 - Recurso Windows Authentication

```
if (User.IsInRole("User"))
{
    <div class="row">
        <div class="col-lg-3 col-md-6">
            <div class="panel panel-primary">
                <div class="panel-heading">
                    <a href="/Orders/Index">
                        <div class="row">
                            <div class="col-xs-12 text-center">
                                <i class="fa fa-shopping-cart fa-5x"></i>
                            </div>
                        </div>
                        <div class="row">
                            <div class="col-xs-12 text-center">
                                <div class="huge">Vendas</div>
                            </div>
                        </div>
                    </a>
                </div>
            </div>
        </div>
    </div>
}

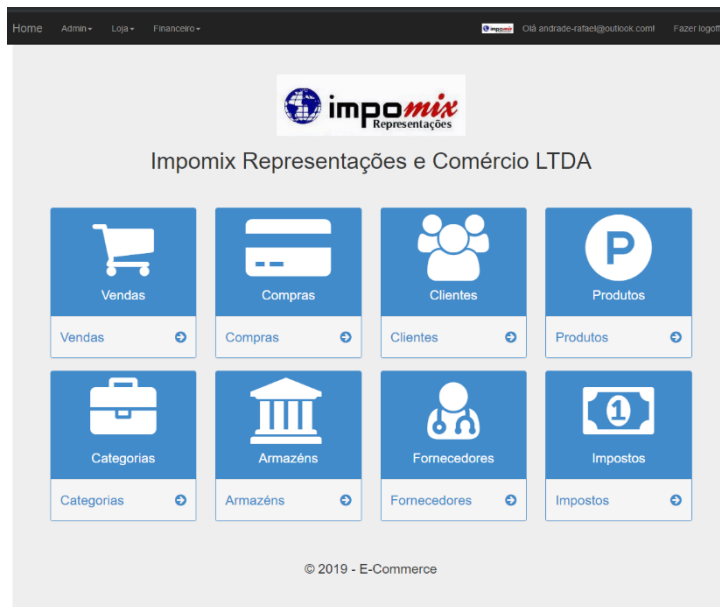
namespace ECommerce.Controllers
{
    [Authorize(roles = "Admin")]
    public class CitiesController : Controller
    {
        private EcommerceContext db = new EcommerceContext();

        // GET: Cities
        public ActionResult Index(int? page = null)
        {
            page = (page ?? 1);
            var cities = db.cities.Include(c => c.Department).OrderBy(c => c.Department.Name).ThenBy(c => c.Name);
            return View(cities.ToPagedList((int)page, 5));
        }
    }
}
```

Fonte: Captura de tela da aplicação desenvolvida.

No menu principal da aplicação estão os atalhos de todas as funcionalidades do e-commerce desenvolvido.

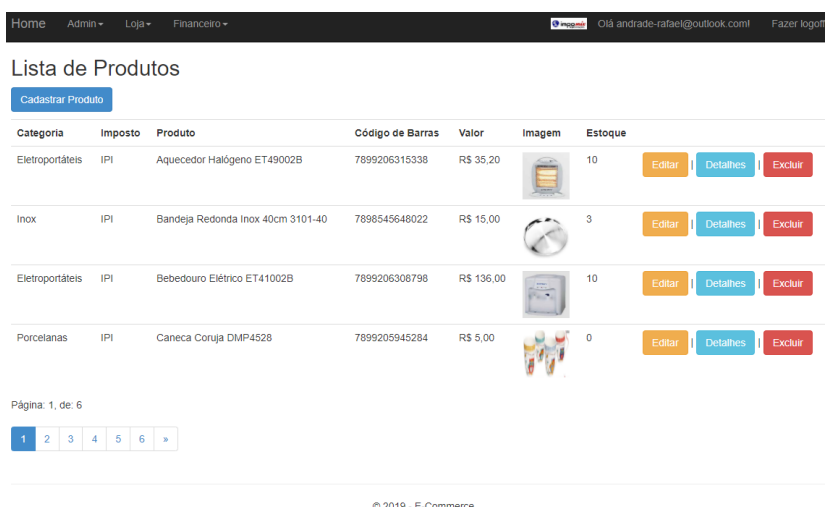
Figura 07 - Tela Menu Principal



Fonte: Captura de tela da aplicação desenvolvida.

Na tela de exibição dos produtos, está disponibilizado opções para cadastro, edição, detalhamento e exclusão de produtos.

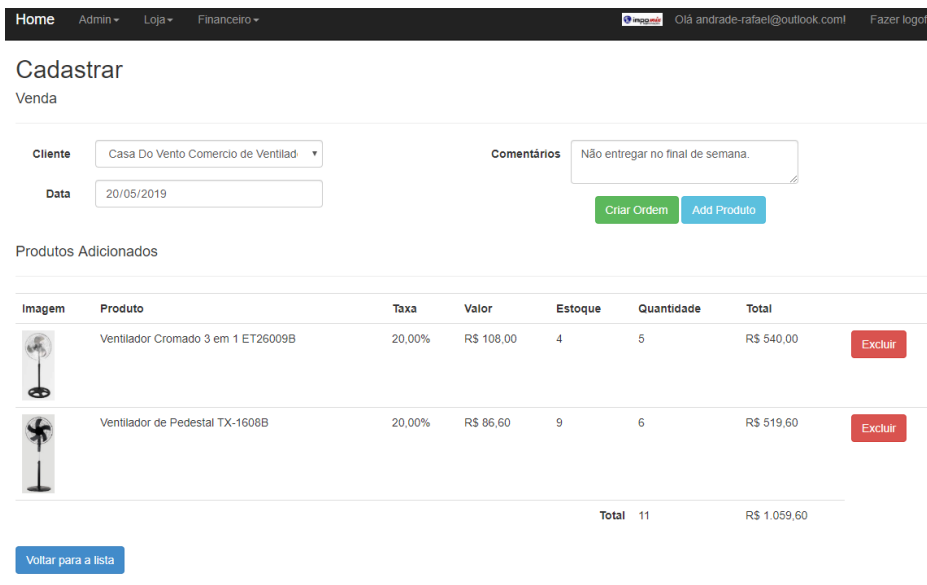
Figura 08 - Tela Lista de Produtos



Fonte: Captura de tela da aplicação desenvolvida.

Na tela cadastro de ordem de venda é necessário escolher um cliente, data e adicionar no mínimo um produto para que seja possível concluir a ordem de venda.

Figura 09 - Tela Lista de Produtos



© 2019 - E-Commerce

Fonte: Captura de tela da aplicação desenvolvida.

Foi utilizado o recurso Transaction para gravar simultaneamente em todas as tabelas relacionadas a ordem de venda, caso bem-sucedida, o método transaction.Commit() é executado e caso haja falhas, as tabelas voltam ao seu estado anterior com a execução do método transaction.Rollback().

Figura 10 - Tela Lista de Produtos

```

public static Response NewOrder(NewOrderView view, string username)
{
    using (var transaction = db.Database.BeginTransaction())
    {
        try
        {
            var user = db.Users.Where(u => u.Username == username).FirstOrDefault();
            var order = new Order
            {
                CompanyId = user.CompanyId,
                CustomerId = view.CustomerId,
                Date = view.Date,
                Remarks = view.Remarks,
                StatusId = db.Helper.GetState("Criado", db)
            };
            db.Orders.Add(order);
            db.SaveChanges();
            var details = db.OrderDetailsMap.Where(odt => odt.Username == username).ToList();
            foreach (var detail in details)
            {
                var orderDetail = new OrderDetail
                {
                    Description = detail.Description,
                    OrderId = order.OrderId,
                    Price = detail.Price,
                    ProductId = detail.ProductId,
                    Quantity = detail.Quantity,
                    TaxRate = detail.TaxRate
                };
                db.OrderDetails.Add(orderDetail);
                db.SaveChanges();
            }
            db.SaveChanges();
            transaction.Commit();
            return new Response { Succeeded = true };
        }
        catch (Exception ex)
        {
            transaction.Rollback();
            return new Response
            {
                Message = ex.Message,
                Succeeded = false
            };
        }
    }
}

```

Fonte: Captura de tela da aplicação desenvolvida.

4 RESULTADOS OBTIDOS

Segundo o IBGE (2019), em 2017 74,9% dos domicílios brasileiros possuíam acesso à internet e no ano de 2013 77,1% era acessada via banda larga fixa e 43,5% era acessada via banda larga móvel e em 2015 71,5% era acessada via banda larga fixa e 69,8% via banda larga móvel, comparando estes dois anos, a banda larga fixa rebaixou 5,6% e a banda larga móvel aumentou 26,3%.

Demonstrando que houve aumento significativo no acesso à internet com banda larga móvel, indicando que a população tem maior probabilidade de efetuar compras com dispositivos móveis como notebooks, smartphones e tablets.

Segundo EBIT (2019), o mercado de e-commerce no Brasil cresceu 12% em vendas no primeiro semestre de 2019 representando um faturamento de R\$ 26,4 bilhões e no quesito volume de pedidos, este mesmo período, registrou um crescimento de 20% representando R\$ 65,2 milhões.

Desta forma, conforme análise de anos anteriores como tendência, indica-se que o acesso à internet por banda larga móvel e o e-commerce estão em pleno crescimento no Brasil.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao se tratar da internet, deve-se lembrar que tudo começou para fins militares, essa ferramenta que implementou e começou a ocupar diversos outros espaços ao redor do mundo, expandindo seu campo de atuação com novas funcionalidades. A internet passou a ser acessada em universidades para fins de pesquisas, posteriormente em empresas e atualmente em nossos notebooks, smartphones e tablets.

O e-commerce não foi novidade apenas no mundo da tecnologia, também inovou com a política de proteção do consumidor e assim com essa revolução na tecnologia culminou em muitas questões jurídicas que correram o mundo, como a vulnerabilidade dos direitos pessoais diante dos meios eletrônicos.

Nesse trabalho, foram abordadas questões com ligação ao tema e seus vetores de propagação tais como: seus conceitos e evolução ao decorrer dos anos, também foram abordados seus principais pontos de concentrações e suas múltiplas visões, aplicações e usos de sua época de criação até os dias atuais.

Desta forma, o pesquisador percebeu que o e-commerce está em crescimento e que o tema abordado sempre terá questões para serem discutidas e atualizadas.

REFERÊNCIAS

ALBERTIN, A, L. Comércio eletrônico: Modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação / Colaboração de Rosa Maria e Moura. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BORGES, G, M. Contratos no comércio eletrônico e a proteção do consumidor no século XXI: Responsabilidade civil dos sites intermediadores no E-Commerce. Porto Alegre, 2018.

DEITEL, H, M. DEITEL, P, J. STEINBUHLER, K. E-business e E-Commerce para administradores. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2004.

DINIZ. O comércio eletrônico como ferramenta estratégica de vendas para empresas. 2011.

EBIT. Webshoppers: 40^a Edição [Arquivo PDF]. 2019. Disponível em: <<https://www.ebit.com.br/webshoppers/webshoppersfree>>. Acesso em dezembro de 2019.

FINKLESTEIN, M, E, R. Direito do comércio eletrônico; 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

IBGE. Panorama. 2019. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/panorama>>. Acesso em dezembro de 2019.

O'BRIEN, James A. Sistemas de informação: E as decisões gerenciais na era da internet. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2004. OLIVEIRA, C, A, J. Faça um site comércio eletrônico com ASP + HTML; 6.ed. São Paulo: Érica, 2007.

OLIVEIRA, J, A. Dissertação apresentada à universidade católica portuguesa para obtenção do grau de mestre em ciências da comunicação - comunicação, organização e liderança. Setembro de 2015.

PINTO, F, R. Consumidores brasileiros e sua preferência pelo E-Commerce internacional. 2016.

SCHNEIDER E TEZZA. Comportamento do consumidor no E-Commerce: Um estudo sobre os antecedentes da experiência do usuário. Revista Brasileira multidisciplinar, Vol. 21, n.3, 2018.

SILVA, P, DA C. Novo gerenciamento de estoques em uma empresa de E-Commerce. 2015.

SILVA et al. Super Estudante: Sistema de estudo e pesquisas. 1. ed. São Paulo. D'Livros. 2013.

USHIWATA et al. As perspectivas do comércio eletrônico no Brasil e no mundo. Janus, Lorena, ano 3, nº 4, 2º semestre de 2006.