

FEMA-FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS
IMESA-INSTITUTO MUNICIPAL DE ENSINO SUPERIOR DE ASSIS
COORDENADORIA DA ÁREA DE CIÊNCIAS GERÊNCIAIS

IMPLANTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO EM UMA DISTRIBUIDORA
DE COSMÉTICOS

GUILHERME AUGUSTO ROLLI NUNES

ASSIS
2009

FEMA-FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS
IMESA-INSTITUTO MUNICIPAL DE ENSINO SUPERIOR DE ASSIS
COORDENADORIA DA ÁREA DE CIÊNCIAS GERÊNCIAIS

IMPLANTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO EM UMA DISTRIBUIDORA
DE COSMÉTICOS

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao Instituto Municipal de
Ensino Superior de Assis, como requisito
para obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Aluno: Guilherme Augusto Rolli Nunes

Orientador: Jairo da Silva

ASSIS

2009

FICHA CATALOGRÁFICA

NUNES, Guilherme Augusto Rolli

Implantação do comércio eletrônico em uma Distribuidora de Cosméticos /
Guilherme Augusto Rolli Nunes. Fundação Educacional do Município de
Assis – Fema : Assis, 2009

44p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) – Administração – Instituto
Municipal de Ensino Superior de Assis

1. Internet. 2. Mercado. 3. Cosmético. 4. Comércio eletrônico

CDD: 658

Biblioteca da FEMA

FEMA-FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS
IMESA-INSTITUTO MUNICIPAL DE ENSINO SUPERIOR DE ASSIS
COORDENADORIA DA ÁREA DE CIÊNCIAS GERÊNCIAIS

IMPLANTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO EM UMA DISTRIBUIDORA
DE COSMÉTICOS

GUILHERME AUGUSTO ROLLI NUNES

BANCA EXAMINADORA

Professor Claudiner Buzinaro

Professora Rosemary Rocha
Pereira da Silva

Professor Orientador
Prof.º Es. Jairo da Silva

Dedicatória

Dedico este trabalho aos meus pais Cassio e Rosana, meu irmão Cassio Filho e sua esposa Marili, minha esposa Janaina e minha filha Lara, as quais são pessoas muito importantes pra minha vida. Obrigado pela paciência e atenção nos momentos que precisei.

Agradecimentos

Agradeço a Deus, aos meus pais e familiares por todo incentivo recebido durante o curso, a minha esposa que me apoiou e a minha filha, razão do meu viver.

Resumo

O desempenho econômico das empresas tem como base a comercialização de seus produtos. Para algumas empresas que querem aumentar suas vendas e fidelizar seus clientes surgiu a opção da comercialização eletrônica ou *e-commerce*. A empresa RN2 vislumbra estar atuando mais agressivamente no mercado de cosméticos e aproveitando a sua credibilidade perante seus clientes e confiabilidade adquirida em seus produtos, lançou um site para oferecê-los. A grande participação da comercialização de cosméticos na internet, inclusive da linha masculina, incentivou esta iniciativa.

Palavras chave: Internet, mercado, consumidor, cosmético, comércio eletrônico.

Abstract

The companies' economic performance is based on their products' marketing. To some companies, which ones want to increase their sales and retain customers, came the electronic marketing and e-commerce's option. RN2 company seems to be acting more aggressively in the cosmetics' market and taking advantages of its credibility with its customers and its reliability acquired in its products, has launched a website to offer them. The large marketing of cosmetics on the Internet 's participation, including the male line, has encouraged this initiative.

*Keywords: Internet, marketing, consumer, cosmetic, electronic commerce.

Resumen

la actuación económica de las compañías tiene como base la comercialización de sus productos. Para algunas compañías que desean aumentar sus ventas y fidelizar sus clientes aparecieron la opción de la comercialización por e-comercio electrónica. Las ojeadas de la compañía RN2 a actuar más agresivamente en el mercado cosmético y que usaban la ventaja credibilidad de sus clientes y La confibilidade adquiridos con sus productos, lanzó un sitio para ofrecerlos. La gran participación de la comercialización cosmética en la Internet, también de la línea masculina, estimuló esta iniciativa.

Llave de las palabras: Internet, mercado, consumidor, cosmético, comercio electrónico

Sumário

Introdução	10
Capítulo I - História da Internet.	11
1.1 – Evolução.	11
1.1.1 - Recursos disponíveis.	16
1.1.2 – Tendências.	17
1.1.3 - Necessidade ou Luxo	18
Capítulo II – Comércio.	19
2.1 - Comercio Tradicional.	19
2.1.2 - Mercado de Cosméticos.	19
2.1.3 – Mercado de Cosméticos Masculino.	20
2.2 - Comercio Eletrônico.	21
2.2.1 – Surgimento.	23
2.2.2 - A importância do comércio eletrônico	24
2.2.3 – Crescimento.	25
2.2.4 – Logística.	28
2.2.5 – Segurança na operacionalidade do comercio eletrônico	29
Capítulo III – A Empresa	32
3.1 – Apresentação da Empresa	32
3.2 - Fases e Processos da montagem do site	33
Capítulo IV - Demonstração do Site	35
4.1 - Formatação final do site e suas divisões	35
4.2 - Início da operação e monitoramento de acesso.	40
Considerações Finais	41
Referência Bibliográfica	42

Introdução

Hoje se vive em um mundo repleto de tecnologias e informações que geram facilidades, comodidades, segurança e praticidade tanto para pessoas físicas como as jurídicas.

Uma dessas tecnologias é a internet, que é ao mesmo tempo um instrumento de divulgação de informações e comunicação entre indivíduos pelo uso dos computadores, independente de sua localização geográfica, e também uma maneira de empresas venderem seus produtos para pessoas que buscam praticidade ao realizar uma compra.

Pode-se dizer que e-commerce ou comércio eletrônico é a uma negociação realizada entre comprador e vendedor, porém sem haver presença física entre as partes, tudo é acordado por critérios que validam as operações amparadas pelo código do consumo.

Muitas empresas buscam essa forma de comércio para seu crescimento e desenvolvimento, tanto financeiro como empresarial. A maioria das empresas que vendem seus produtos através da internet também tem lojas físicas como: LOJAS AMERICANAS, PERNAMBUCANAS, PONTO FRIO, CASAS BAHIA, entre outras. Essas grandes empresas buscam aumentar suas vendas e divulgar seus produtos de forma que todos possam ver e sentir necessidade de comprar com formas facilitadas e preços baixos.

Este trabalho apresenta um estudo de pesquisa bibliográfica, voltado para a implementação em uma empresa de cosméticos de um site que permite realizações de transações de compra e venda.

Capítulo I - Histórico da Internet

Neste capítulo descreveremos um pouco sobre a história da internet, a sua evolução, e como foi essa evolução, sua aceitação no mercado, necessidade ou luxo, bem como as tendências e os recursos que ela proporciona hoje aos usuários.

1.1 Evolução.

A internet é um conjunto de redes de computadores interligadas por diversas maneiras, e possuem em comum, conjuntos de serviços e protocolos, de maneira que os usuários conectados possam desfrutar de diversos serviços e comunicação de alcance mundial. De acordo com o artigo historia da internet publicado em um site.

A Internet tem revolucionado o mundo dos computadores e das comunicações como nenhuma invenção foi capaz de fazer antes. A invenção do telégrafo, telefone, rádio e computador prepararam o terreno para esta nunca antes havida integração de capacidades. A Internet é, de uma vez e ao mesmo tempo, um mecanismo de disseminação da informação e divulgação mundial e um meio para colaboração e interação entre indivíduos e seus computadores, independentemente de suas localizações geográficas.

<http://www.aisa.com.br/historia.html>

Desenvolvida em 1969 pela empresa *advanced research and projects agency* conhecida como ARPA, a internet era chamada de ARPANET, surgiu como uma experiência do governo dos Estados Unidos onde se limitava o acesso as empresas ligadas a defesa militar e universidades que realizavam pesquisas militares.

Com o inicio da guerra fria, toda a comunicação passava por um computador central que se localizava no Pentágono, acharam que o meio de comunicação iria ficar muito vulnerável a um ataque, pois se a antiga URSS - União das Republicas Socialistas Soviéticas jogasse uma bomba no pentágono, os Estados unidos ficariam completamente sem comunicação, ficando mais vulnerável a ataques. A ARPANET foi desenvolvida de uma maneira mais

segura, usufruíram de um sistema chamado *Backbone* que passava por debaixo da terra, eles ligavam aos militares e pesquisadores, sem ter uma localização correta, ou mesmo um único sentido de rota, para que assim tornar esse meio de comunicação praticamente indestrutível.

Nos anos de 1970 as empresas e universidades que faziam trabalhos relativos a defesa militar dos Estados Unidos obtiveram permissão para acessar a ARPANET. Depois de muitos estudos realizados na defesa militar dos Estados Unidos e nas universidades, observaram que a internet era um meio de comunicação tão inútil, que passaram para mais cinco países e conseqüentemente chegando as residências. Em 1975 os pesquisadores da ARPANET observaram que já havia quase 100 sites na internet e analisaram o crescimento que obteve, e como as pessoas olhavam e utilizavam esse meio de comunicação.

No final da década de 70, a ARPANET havia conseguido um crescimento tão grande que o seu protocolo de comutação de pacotes originais chamado de *Network Control Protocol* (NCP) tornou-se inadequado. No sistema de comutação de pacotes os dados são divididos em partes pequenas, todas identificadas de forma a mostrar de onde veio e qual seria o seu destino, se os pacotes enviados de um computador para outro não chegar ao destino escolhido, ele poderá ser devolvido ao emissor original, quando recebe o pacote o destinatário confirma o recebimento dos pacotes para assim eliminar as retransmissões.

Depois de vários estudos a ARPANET realizou uma troca de NCP para um protocolo desenvolvido por uma rede de comunicação chamada UNIX, o protocolo era chamado TCP/IP (*Transfer Control Protocol / Internet Protocol*). Sua principal vantagem era que permitiria o acesso praticamente ilimitado, além de ser mais fácil a sua instalação.

Hoje, a internet é composta por aproximadamente cinquenta mil redes internacionais, sendo que a metade delas é nos Estados Unidos. A partir de julho de 1995, havia mais de seis milhões de computadores permanentemente

conectados à internet, além de muitos que ficavam on-line por alguns momentos.

Porém a internet chegou ao Brasil somente em 1991 onde o MCT (Ministério de Ciência e Tecnologia) realizou uma operação acadêmica onde RNP (Rede Nacional de pesquisa) trouxe esse meio de comunicação ao Brasil.

A RNP é o *Backbone* principal e envolve hoje com diversas universidades, centros de pesquisas, laboratórios e etc.

No dia 20 de dezembro de 1994 a EMBRATEL - Empresa Brasileira de Telecomunicações lançou um serviço experimental a fim de conhecer melhor esse método de comunicação.

Somente em 1995 houve a iniciativa do Ministério das Telecomunicações, e Ministério da Ciência e Tecnologia, onde inseriram a exploração comercial da internet para a população brasileira.

E hoje permanece sendo uma das maiores fontes de informação e tecnologia que o homem inventou.

Na tabela abaixo apresenta a quantidade de pessoas conectadas a internet desde 1997:

TABELA 1: Quantidade de pessoas conectadas a Web no Brasil

Data da Pesquisa	População total IBGE	Internautas (milhões)	% da População Brasileira	Crescimento Acumulado (base=jul/97)
2008 / mar	191,9	50,00	26,1%	4.248%
2007 / dez	188,6	42,60	22,8%	3.604%
2006 / dez	186,7	30,01	17,2%	2.508%
2005 / jan	185,6	25,90	13,9%	2.152%
2004 / jan	178,4	20,05	11,5%	1.686%
2003 / jan	176,0	14,32	8,1%	1.143%
2002 / ago	175,0	13,98	7,9%	1.115%
2001 / set	172,3	12,04	7,0%	947%
2000 / nov	169,7	9,84	5,8%	756%
1999 / dez	166,4	6,79	7,1%	490%
1998 / dez	163,2	2,35	1,4%	104%
1997 / dez	160,1	1,30	0,8%	13%
1997 / jul	160,1	1,15	0,7%	-

Fonte: www.e-commerce.org.br / pesquisas diversas.

Tabela 2: Os 20 países com maior número de usuários da Internet

#	País ou Região	Usuários	Adoção da Internet	% de usuários	População (2008)	Crescimento dos Usuários (2000 - 2008)
1	China	253.000.000	19.0 %	17.3 %	1.330.044.605	1.024,4 %
2	Estados Unidos	220.141.969	72.5 %	15.0 %	303.824,646	130.9 %
3	Japão	94.000.000	73.8 %	6.4 %	127.288,419	99.7 %
4	Índia	60.000.000	5.2 %	4.1 %	1.147.995,898	1.100.0 %
5	Alemanha	52.533,914	63.8 %	3.6 %	82.369,548	118.9 %
6	Brasil	50.000,000	26.1 %	3.4 %	191.908,598	900.0 %
7	Reino Unido	41.817,847	68.6 %	2.9 %	60.943,912	171.5 %
8	França	36.153,327	58.1 %	2.5 %	62.177,676	325.3 %
9	Coréia do Sul	34.820,000	70.7 %	2.4 %	49.232,844	82.9 %
10	Itália	34.708,144	59.7 %	2.4 %	58.145,321	162.9 %
11	Rússia	32.700,000	23.2 %	2.2 %	140.702,094	954.8 %
12	Canadá	28.000,000	84.3 %	1.9 %	33.212,696	120.5 %
13	Turquia	26.500,000	36.9 %	1.8 %	71.892,807	1.225.0 %
14	Espanha	25.623,329	63.3 %	1.8 %	40.491,051	375.6 %
15	Indonésia	25.000,000	10.5 %	1.7 %	237.512,355	1.150.0 %
16	México	23.700,000	21.6 %	1.6 %	109.955,400	773.8 %
17	Irã	23.000,000	34.9 %	1.6 %	65.875,223	9.100.0 %
18	Vietnã	20.159,615	23.4 %	1.4 %	86.116,559	9.979.8 %
19	Paquistão	17.500,000	10.4 %	1.2 %	167.762,040	12.969.5 %
20	Austrália	16.355,388	79.4 %	1.1 %	20.600,856	147.8 %
	Os 20 Mais	1.115.713,572	25.4 %	76.2 %	4.388.052,548	284.5 %
	Resto do Mundo	347.918,789	15.2 %	23.8 %	2.288.067,740	391.2 %
	Total de Usuários no Mundo	1.463.632,361	21.9 %	100.0 %	6.676.120,288	305.5

Fonte: www.e-commerce.org.br

1.1.1 Recursos Disponíveis

A internet hoje passou de um simples meio de comunicação, ela possui muita informação, ou melhor, toda e qualquer informação seja recente ou do passado você ira encontrar na internet. De acordo com o artigo publicado em um site

Além dos recursos básicos de correio eletrônico e lista de discussão, a Internet proporciona a seus usuários acesso aos mais variados serviços de informação como, por exemplo, bases de dados especializadas, catálogos de bibliotecas, repositórios de *software* de domínio público, jornais e revistas eletrônicas, etc. Através da Internet também é possível ter acesso a recursos de *hardware* especializados como computadores de alto desempenho e processadores especializados. <http://www.torque.com.br/internet/index.html>

As empresas colocam em suas paginas de internet toda e qualquer informação necessária para que o consumidor veja como a empresa funciona, sua qualidade nos serviços e algumas disponibiliza também a preocupação com o meio ambiente, sendo uma das maiores preocupações do planeta hoje.

Algumas instituições escolares estão disponibilizando não só as grades curriculares ou eventos futuros, mas também trabalhos realizados pelos alunos para eventuais pesquisas, seja ela para alunos como forma de pesquisa para trabalho ou para profissionais que estão buscando outra visão do tema desejado.

Com todas essas informações disponíveis é possível dizermos hoje que a internet é uma ferramenta de muita utilidade, pois tudo o que ocorre no mundo é possível se descobrir através da internet.

Algumas instituições estão disponibilizando hoje para os alunos os cursos a distancia, alguns cursos são aprovados pelo MEC – Ministério da Educação e Cultura, estes alunos interagem com os instrutores por meio da internet,

quando é necessário ajuda, ou surge alguma dúvida do tema relacionado, o professor entra na sala para auxiliá-lo.

Empresas que trabalham com vendas como AMBEV – companhia de bebidas das Américas, NESTLE, COCA-COLA dentre outras, não utilizam mais o bom e velho talão de pedido, mas sim de computadores de mão como o *PALM* que são mais rápidos para passar informações para as empresas e aceleram os processos na hora de realizar os pedidos com os clientes.

1.1.2 Tendências

Como o mundo vem sempre evoluindo e a internet e os eletrônicos estão facilitando a vida das pessoas e assumindo o papel de intermediário na comunicação comercial e pessoal, faz crer a esses usuários que está se tornando impossível viver sem esse meio de comunicação.

O e-mail diminuiu os envios de cartas por correios, muitas pessoas não vão mais as lojas para comprar algum produto ou serviço, tudo devido à tecnologia e sua evolução. A tendência é que cada vez mais o computador diminua o seu tamanho como os recém lançados *notebooks* e *netbooks* para que o usuário possa levar a qualquer lugar de maneira mais eficiente e segura esse equipamento.

1.1.3 Necessidade ou Luxo

Ter um computador em casa ou na empresa deixou de ser um simples luxo. Sua utilidade hoje no mundo passa, de apenas um simples meio de comunicação, estudo e pesquisa.

Quase tudo é realizado pela internet, e quando muitas pessoas ficam sem esse método, ficam sem realizar trabalhos, pesquisas, pagamentos bancários, dentre outros. Devido a falta de internet praticamente paralisa o estabelecimento levando assim ao atraso nas contas, o que leva a pagar juros. De acordo o artigo publicado no site.

Nos dias de hoje, não é mais um luxo ou simples questão de opção uma pessoa utilizar e dominar o manuseio e serviços disponíveis na Internet, pois é considerado o maior sistema de comunicação desenvolvido pelo homem.

<http://kplus.cosmo.com.br/materia.asp?co=11&rv=Vivencia>

No dia 03 de julho de 2009, todas as redes de internet banda larga *SPEEDY* da TELEFONICA pararam. Mais de dois milhões de pessoas ficaram sem internet o dia inteiro, isso fez com que acontecesse um caos nos bancos, nas empresas e em locais de uso da banda larga *SPEEDY*, muitas empresas possuíam a internet da EMBRATEL ou outra empresa de linha telefônica que realizasse internet, assim conseguindo o acesso , porém não eram todas as empresas que possuíam esse recurso, e muitas empresas e pessoas foram prejudicadas.

Capítulo - II – Comércio.

Neste capítulo descrevemos um pouco sobre a história do comércio tradicional, e com o surgimento da internet o comércio eletrônico. Também um pouco sobre o mercado de cosméticos tradicional e eletrônico, e sua importância hoje no Brasil e no mundo.

2.1 Comércio Tradicional

O comércio tem como objetivo a troca voluntária de produto, quando feita por duas partes consideramos bilateral, quando por mais partes multilateral. Esse comércio deverá favorecer os dois lados para se tornar sólido, caso haja insatisfação de um dos lados não deverá perdurar, pois, a parte insatisfeita deixará de participar da troca voluntária:

Em sua forma original se aplicava a troca direta de produtos de valores reconhecidos pelas partes. Na atualidade a troca é feita pela forma indireta, o dinheiro entra como mediador do negócio, podemos separar compra de venda, facilitando muito, pois não tem mais a obrigatoriedade de efetuar a troca diretamente com a outra parte.

Outro fator é espaço físico, muitos comércios são itinerantes, este leva os produtos aos clientes na sua localidade ofertando-o para a troca. Também tem os comerciantes que tem estabelecimento fixo, deixando os produtos a mostra para que os interessados adentrem a seu estabelecimento e se prontifiquem para a troca.

2.1.2 Mercado de Cosméticos.

Com o terceiro lugar no ranking de cosméticos no mundo, o Brasil vem cada vez mais aumentando esse segmento, o cosmético é bem aceito no mundo todo, com as vendas na internet já se encontram em segundo lugar em vendas perdendo apenas para os livros, incluso revistas e jornais.

É um mercado em constante crescimento, pois a procura e o desejo das pessoas em ficarem belas é muito grande, produtos que modificam as pessoas de forma simples e consiga chamar a atenção, e também os produtos higiênicos são importantes para melhorar a auto-estima. De acordo o artigo publicado no site.

Embalado pela vaidade do consumidor, principalmente feminino, a indústria de cosméticos e beleza não sofre as conseqüências da crise econômica mundial. De acordo com dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), o mercado apresentou alta de 27,5% no volume de vendas ao consumidor. <http://www.jornaloimparcial.com.br/?p=1174>

TABELA 3: Ranking dos produtos vendidos no Brasil pela Internet

Produtos mais Vendidos	% em 2007
Livros, Revistas, Jornais	17%
Saúde e Beleza	12%
Informática	11%
Eletrônicos	9%
Eletrodomésticos	6%

2.1.3 Mercado de Cosméticos Masculino

Com toda evolução e tecnologia, os homens não poderiam ficar de fora, hoje a quantidade de procura por cosméticos masculinos aumentou muito, os homens de hoje estão cada vez mais vaidosos e cuidando da saúde.

O mercado de cosmético masculino está hoje com uma taxa de crescimento de 10% ao ano, número significativo, quando no passado os cosméticos eram considerados feitos para mulheres. Todavia os cosméticos não são somente maquiagens e produtos para cabelo, mas também perfumes, espumas para barbear, loções pós barba, e muitos homens preocupados com a aparência utilizam cremes para o rosto seja ele um rosto ressecado ou oleoso, para que fique com uma aparência melhor. E por falar em aparência do ser humano, é

um fator muito importante seja ele para sua realização pessoal, ou profissional. De acordo com o artigo publicado no site.

A nova geração masculina perdeu o preconceito de que homem não usa produtos de beleza. O aumento do mercado de cosméticos para o público masculino demonstra que o homem está pondo de lado alguns conceitos antigos e incorporando o uso de perfumes e cosméticos ao seu modo de vida, associando inclusive a boa aparência e os cuidados com a higiene corporal como fator determinante para o sucesso profissional.

<http://www.cosmeticosbr.com.br/conteudo/materias/materia.asp?id=1475>

Porém muitos homens se sentiam incomodados em ir até um ponto comercial para obter os produtos desejados e sempre pedia para a esposa, mãe ou parceira, hoje com toda a tecnologia, para os homens que se sentem envergonhados, foram criados sites de cosméticos onde também são encontrados produtos masculinos, e ali mesmo na casa ou no escritório faz o seu pedido, sem precisar se locomover e sentir-se constrangido.

2.2 Comércio Eletrônico.

O comércio eletrônico ou e-commerce é um tipo de transação virtual realizada com o auxílio de meios eletrônicos como, por exemplo, o computador.

Devido as suas funções como: segurança, formas de pagamento, praticidade, agilidade e ainda envolve: marketing, propaganda, vendas, negociação, pesquisa e desenvolvimento e suporte, essa maneira de comprar e vender vem crescendo cada vez mais. De acordo com o artigo publicado no site.

A atuação do comércio eletrônico no mercado Mundial tem crescido de forma exponencial desde a popularização da Internet e a sua afirmação como meio de fazer negócios. A situação do Brasil nesse cenário não é diferente. Cada vez mais empresas estão investindo em marketing digital e vendas pela Internet. A idéia de comercio eletrônico não é nova, a técnica de vender produtos utilizando novas mídias e meios de comunicação já vem desde os serviços de tele-vendas ou vendas pelo correio, através de catálogos. A Internet é só mais um veículo que possibilita a comercialização de produtos de

forma a atingir novos consumidores.
<http://www.maurolaruccia.adm.br/trabalhos/ecomme.htm>

O comércio eletrônico é dividido em cinco modalidades são elas:

1 B2B ou *Business to Business*.

É o nome dado ao comércio quando é realizado compra de empresa para empresa, ou seja, quando pessoas jurídicas realizam compras umas com as outras.

2 B2C ou *Business to Consumer*.

É o nome dado ao comércio quando a empresa que produz o seu produto ou seja o fabricante vende diretamente para o consumidor final sem passar por revendas.

3 C2C ou *Consumer to Consumer*.

É o nome dado ao comércio quando é realizada através de usuários particulares da internet. O comércio no c2c não envolve empresas ou fabricantes somente o consumidor final, como por exemplo, o site MERCADO LIVRE, que é realizado na maioria das vezes a venda de pessoa física para pessoa física.

4 G2C ou *Government to Consumer*.

É o nome dado ao comércio relacionando consumidor com o governo, seja, federal, estadual ou municipal para assim efetuar o pagamento de taxas, multas e tarifas públicas, como multas de trânsito, impostos de veículos ou residências, dentre outros.

5 G2B ou *Government to Business*.

É o nome dado ao comércio relacionado entre o governo e empresas, como pregões licitações, assim quando o governo necessita de um certo serviço é realizado os pregões e licitações para ver com qual o fornecedor irá comprar para que assim possa gastar menos dinheiro, tendo em vista que muitas

empresas faturam muito com negociações para o governo devido ao tamanho da estrutura do serviço.

2.2.1 Surgimento.

O comércio eletrônico obteve início no final da década de 70 com o intuito de que as empresas mandassem documentos comerciais como ordem de compras e cobranças eletrônicas umas as outras. De acordo com artigo publicado no site.

O comércio eletrônico surgiu sob estas premissas possibilitando a busca e comparação de informações de: preços, qualidade, condições de pagamento, prazos de entrega, descrições técnicas, codificações de materiais, diferentes tipos de produtos, permitindo que transações de compra e venda possa ser realizada através da rede mundial de computadores.

http://www.m2m.com.br/mercado/comercio_eletronico.asp

Somente no final de 2000, as empresas americanas e européias começaram a disponibilizar seus serviços através da *World Wide Web*. Desde então a população começou a associar a expressão comércio eletrônico com a facilidade de compra utilizando protocolos de segurança e pagamento eletrônico.

Algumas das empresas mais conhecidas de comércio eletrônico no Brasil são: SUBMARINO, AMERICANAS, PONTO FRIO, SARAIVA dentre outras. Hoje a empresa CASAS BAHIA considerada uma das maiores lojas de revenda de eletrodomésticos, eletroeletrônicos, moveis, dentre outros produtos também iniciou seu comércio na internet.

O MERCADO LIVRE é um site muito conhecido devido a maneira de seu comércio, pessoas físicas ou mesmo jurídicas colocam produtos a venda no site, sejam eles novos, usados ou até mesmo para reutilizar suas peças. O que

chama muito a atenção é que para colocar o produto a venda na internet, não é necessário obter uma página de comércio na internet, ou seja, a pessoa tem um produto a qual não utiliza mais, ou que compra para revender fazendo assim seu comércio particular coloca o produto no site e espera a venda ser realizada.

2.2.2 A importância do comércio eletrônico

As empresas hoje necessitam desse meio de comércio, pois o consumidor está diminuindo sua ida às lojas, devido a falta de atenção de alguns vendedores ou mesmo na demora para ser atendido, a maneira de pagamento, a falta do produto em um local e o deslocamento até outra loja e ainda sem ter certeza de que irá encontrar o produto que atenda sua necessidade.

O e-commerce tem crescido em função de que o consumidor consegue visualizar várias lojas de um único lugar e maiores condições de pagamento, sendo um dos meios de venda que mais tem crescido no mundo todo. Segundo o artigo publicado no site.

O e-commerce surge num cenário de nichos muito específicos e de consumidores cada vez mais exigentes por qualidade, praticidade e bons preços. A possibilidade de disponibilizar seus produtos numa loja virtual oferece para aqueles que possuem ou não estabelecimentos físicos a oportunidade de aumentar suas vendas e lidar com seu público-alvo de uma forma mais direta.

<http://www.e-commercetotal.com.br/qual-a-importancia-da-internet-para-seu-negocio/>

Claro que a antiga cultura e mais desejada das mulheres de ir aos shoppings ou lojas e experimentar roupas e acessórios ainda é grande, porém muitos homens não possuem essa paciência que algumas mulheres possuem, as vezes nas compra pela internet o valor é mais baixo e oferece mais formas de pagamento.

2.2.3 Crescimento

O comércio eletrônico vem crescendo devido às tecnologias que vem se estabelecendo a cada dia. As lojas não fecham, elas permanecem 365 dias do ano aberta ao cliente a qualquer hora do dia, com possibilidade de efetuar a compra de qualquer lugar, seja do escritório, da casa, de uma viagem, em qualquer lugar do mundo, somente precisa ter um computador ou algum equipamento eletrônico que esteja conectado a internet para realizar a compra.

Hoje com toda essa tecnologia, a maioria das imagens encontradas em sites de comércio é de altíssima qualidade, para que assim o consumidor possa ver e entender melhor o produto que esta pesquisando ou comprando.

O acesso a internet se facilitou muito não só pela procura de informações que buscam no dia a dia, mas também pela facilidade com que essa informação chega ao usuário. Não é mais necessário ir a uma banca de jornal comprar o jornal diário, ou fazer a assinatura de um jornal e assim ficar juntando papel dentro de casa, você conecta a internet entra no site que esta procurando e faz a sua leitura sem sair de casa . Hoje com a quantidade de informações que a internet oferece a procura por materiais didáticos para os estudantes aumentou e facilitou muito, o usuário consegue identificar livros tanto para a sua pesquisa, como em sites para compra, com opiniões diferenciadas dentre outros temas relacionados.

A forma de pagamento via internet também se modificou com a utilização de cartões de credito, depósitos e boletos bancários e também o SEDEX a pagar, auxiliaram o consumidor a obter mais tranquilidade e segurança para que possa fazer a compra.

No inicio da comercialização on-line era muito fácil se obter um livro um cd ou produtos palpáveis e de fácil identificação. No entanto, hoje, é muito mais fácil o consumidor obter um curso on-line, roupas importadas, perfumes, pacotes de turismo dentre outras. De acordo com o artigo publicado no site.

Comércio eletrônico através da internet é o ramo de atividade econômica que mais cresce no mundo. As jovens empresas que ingressam no comércio on-line têm atraído o maior número de investidores do mercado de ações, aumentando o valor de mercado de forma alucinante.

<http://www.mkt-solutions.com.br/index.php/e-commerce>
[acesado 23/11/2009](#)

Devido a todo esse comércio na internet, o consumidor também pode tornar-se um comerciante, o mais popular e famoso site de compra e venda MERCADO LIVRE faz com que hoje as pessoas coloquem também seus produtos à venda, produtos que não utilizam mais ou produtos que eles próprios inventaram tudo isso fez com que o e-commerce permanecesse e continuasse sempre crescendo.

Abaixo relacionamos as vendas no comércio eletrônico no Brasil.

Grafico 1: Faturamento Anual do Varejo em Bilhões

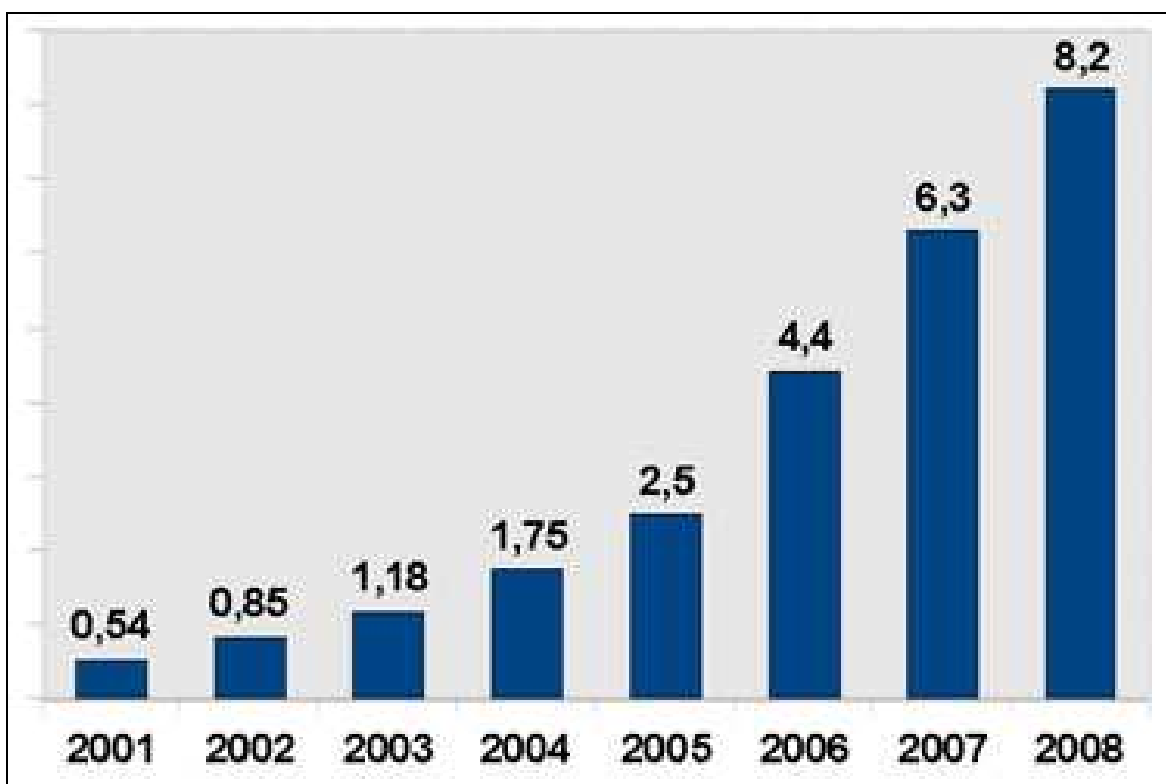


TABELA 4: Vendas no Comércio eletrônico.

ANO	FATURAMENTO	Variação
2009 (previsão)	R\$ 10 bilhões	22%
2008	R\$ 8.20 bilhões	30%
2007	R\$ 6.30 bilhões	43%
2006	R\$ 4,40 bilhões	76%
2005	R\$ 2.50 bilhões	43%
2004	R\$ 1.75 bilhão	48%
2003	R\$ 1.18 bilhão	39%
2002	R\$ 0,85 bilhão	55%
2001	R\$ 0,54 bilhão	-

Fonte: eBit - Compilação www.e-commerce.org.br. Não considera as vendas de automóveis, passagens aéreas e leilões on-line.

Abaixo o faturamento de vendas na internet em época de natal

TABELA 5: Evolução das Vendas do Natal

Data da Pesquisa	Faturamento (R\$ milhões)	Varição em Relação ao Mesmo Período do Ano Anterior	Faturamento Acumulado no Ano (R\$ milhões)
Natal 2008 (15/11- 23/12)	1.25bi	16%	8.20 bilhões
Natal 2007 (15/11- 23/12)	1,08 bi	55%	4,4 bilhões
Natal 2006 (15/11- 23/12)	700,0	53%	1.6 bilhões
Natal 2005 (15/11- 23/12)	458,0	61%	2.500,0
Natal 2004 (15/11- 23/12)	284,0	39%	1,750,0
Natal 2003 (15/11- 23/12)	204,0	55%	1,100,0

2.2.4 – Logística

A logística no comércio eletrônico surge devido à gestão de fluxos físicos, bens e serviço, uma vez que esses suportam seus serviços a consumidores finais. Para obter assim maior confiabilidade na entrega do produto há um tempo reduzido e a satisfação do cliente ao ver que sua mercadoria chegou com tranqüilidade e de acordo com o que havia requerido.

Devido a toda preocupação que o empresário de e-commerce tem com o cliente não poderia deixar de lado a maneira mais segura da entrega do pedido do produto e qualidade no serviço. Muitas empresas hoje utilizam serviços de terceiros para que possam efetuar a entrega, transportadoras qualificadas e de qualidade que entregam a mercadoria no tempo ideal e de maneira mais barata. Essa forma é muito utilizada para longas distâncias, mas com produtos que quando embalados formam um volume grande e às vezes pesado. Transportadoras qualificadas já estão acostumadas a manusear com tais tipos

de mercadoria, e assim tranqüiliza o empresário de que sua mercadoria chegará segura, uma vez que a transportadora tome seus devidos cuidados para assim ganhar a confiança do empresário para que possa sempre utilizá-los. De acordo com o artigo publicado no site.

O custo de um serviço de logística pode ser bastante elevado, e ele deve ser levado em conta nos cálculos dos custos totais da loja para que seu crescimento seja sustentável. De qualquer maneira, ter uma boa e-logística – sendo ela interna ou com o auxílio de uma boa plataforma externa – é uma real vantagem concorrencial para fidelizar os clientes de sua loja virtual.

<http://www.e-commerce.org.br/logistica.php>

Mas mesmo assim muitas empresas optam por transporte através dos CORREIOS, hoje com o serviço de SEDEX 10 para as principais cidades do país e de uma maneira onde o consumidor ainda tendo o receio de usar cartão de crédito, ir ao banco pagar o boleto bancário ou realizar um depósito, tem a opção de SEDEX A COBRAR, que é um serviço onde quando a mercadoria chega ao consumidor o mesmo paga diretamente para o correio na porta de sua casa e depois a empresa que vendeu o produto pega esse dinheiro no correio.

Com toda essa falta de segurança que temos hoje infelizmente em nosso país essas maneiras são muito utilizadas de entrega, conforme o crescimento que o e-commerce vem tendo, as transportadoras e correios também fazem parte deste crescimento.

2.2.5 Segurança na operacionalidade do comércio eletrônico

Hoje a maior preocupação da sociedade é com a segurança pessoal, e não poderia ser diferente no mundo virtual, assim como temos que trancar as portas da casa, colocar alarmes, cerca elétrica, câmeras dentre outros equipamentos de segurança, no ambiente virtual também temos de nos proteger contra clonagem de sites, dados sigilosos que são transferidos entre o

consumidor e o site, o roubo de senhas dentre outras. De acordo com o artigo publicado no site.

Ameaças a nossa segurança tornaram-se quase uma rotina nos dias de hoje, portanto, era de se esperar que, no ambiente da Internet, isso não fosse diferente. E realmente não é! Assim como no mundo de tijolos, onde temos de trancar as portas e janelas de nossa casa, colocar grades, alarmes e tomar inúmeros outros cuidados, no ambiente virtual também temos de nos proteger de ocorrências como a clonagem do site, o roubo de senhas, o acesso a informações sigilosas trocadas entre o site e o visitante, entre outras.

http://www.e-commerce.org.br/artigos/seguranca_internet.php

Mas hoje existem varias formas que ajudam a obter essa proteção, as principais são:

A certificação serve para os usuários obter a certeza de que esta trocando dados com o site correto, ou seja, não esta trocando informações com um site clonado. Por isso possui o processo de certificação, onde empresas conhecidas como autoridades certificadoras fazem a função como à de um cartório de registro. Elas vão certificar a identidade de um servidor, para garantir que o consumidor esteja acessando um site seguro.

Dentro de sites seguros existem selos ou ícones onde o usuário clica e obtêm informações como o nome da empresa, endereço completo, URL, e conferem com o site que esta acessando.

A certificação pode ser obtida diretamente de uma autoridade certificadora ou pelo fornecedor da hospedagem que estende toda essa facilidade em sites hospedados de seu servidor. Tendo em vista que a certificação não é um investimento barato para empresas de pequeno porte

A encriptação de dados é uma tecnologia de segurança onde protege as informações do consumidor com o site.

Depois de ter passado os dados para o site, o sistema embaralha essas informações pra que assim terceiros não consigam o acesso aos dados.

De forma mais simplificada o processo funciona após o usuário digitar suas informações no formulário do site certificado e que está protegido com uma camada chamada *SSL (secure socket layer)* que recebeu do órgão emissor da certificação uma chave pública a qual o navegador utiliza para encriptar os dados e enviar de volta ao servidor. Assim o servidor com uma chave privada, decifra os dados e obtém os dados que o consumidor digitou no formulário.

O cartão de crédito é a maneira mais utilizada hoje nos pagamentos em todo local de compra seja ela na internet ou tradicional. O receio de se fazer um pagamento na internet via cartão de crédito ainda é muito grande, as pessoas preferem fazer o pagamento via boleto bancário ou depósito bancário, mas é um processo que demora um pouco mais tanto para quem compra como para quem vende, pois demora um pouco a ser realizada a aprovação do pagamento no banco assim para a liberação da mercadoria para entrega.

As administradoras de cartão estão aprimorando seus sistemas para que isso o torne mais seguro possível, o que é justificável já que a confiança dos consumidores surge principalmente da segurança que encontra no site, e para os empresários lucrar mais com esse novo canal de comercialização. Antigamente com o pagamento de cartão de crédito os lojistas ficavam com os números de cartões de seus clientes anotados, isso preocupava visto que com os números poderiam utilizar a fé do mesmo, mas hoje tudo mudou o cliente digita o número do cartão e a validade do cartão de crédito através de uma *interface* segura da administradora do cartão de crédito e realiza a confirmação do pagamento a empresa.

Implantada recentemente pela empresa de cartões VISA o VISANET, com um sistema chamado VBV - *Verified By Visa*, que no momento da compra cria mais um item de segurança, que leva o consumidor a página principal do cartão de crédito onde ele irá digitar sua senha e alguns dados pessoais do usuário. Depois dos dados confirmados a administradora confirma a transação a empresa que poderá liberar a entrega.

Capítulo - III – A Empresa

Neste capítulo descreveremos como surgiu a iniciativa e a idéia de montar a *home Page* e um pouco da história da empresa.

3.1 Apresentação da empresa

Com aproximadamente 100m² empresa RN2 Bio Cosméticos localizada na cidade de Assis estado de São Paulo, está no ramo de distribuição de cosméticos a 2 anos. É uma sociedade familiar e nesse período fez uma parceria com a CROL Ciência Cosmética, responsável pela fabricação dos produtos com a marca Bio Flora. Resolveram participar de um novo nicho de consumidores, os internautas.

A família está no ramo de cosméticos há 14 anos, a partir do quarto ano iniciou-se a fabricação dos produtos. O mercado vem crescendo, a tecnologia vai sempre melhorando, e juntamente com alguns familiares, optou-se por montar uma *home Page* na internet para colocar à venda os produtos visando elevar o lucro da empresa e cumprir a maior meta que é levar o nome Bio Flora para todos os estados do Brasil e se possível para o exterior.

Devido a todo esse tempo envolvido no ramo de cosméticos e percebendo toda a mudança tecnológica, observamos que se a empresa utilizasse essa nova alternativa de venda no mercado por meio da compra *online* conseguiria atingir a meta desejada. Depois de realizada algumas pesquisas, constataram que o ramo de cosméticos esta em segundo lugar no *ranking* dos produtos mais vendidos na internet. E que esse mercado vêm crescendo gradativamente com o passar dos anos, tanto as consumidoras mulheres como também os homens.

3.2 Fases e Processos da montagem do site

Antes da realização do site, foi feito um levantamento sobre os produtos que poderiam ser oferecidos na comercialização eletrônica e uma faixa de valores viável e acessível para os consumidores e também para iniciar-se o processo sem muito risco para a empresa.

Na criação do nome do endereço de acesso ao site, teve-se a preocupação com a semelhança do nome ser parecido com outros sites e ainda com o dos concorrentes. O nome escolhido teve como requisito ser de fácil memorização e disponibilizado no ambiente da internet.

O passo seguinte foi pesquisar na internet profissionais capacitados que pudessem desenvolver o site. A equipe contratada foi de Santa Catarina, apesar da distância as negociações foram efetuadas por telefone, e-mail e chat on-line, ou seja, uma compra via internet.

O primeiro processo de montagem do site foi a escolha do layout, os fornecedores possuem catálogos para facilitar a decisão. Existe também a possibilidade de ser feito a montagem de um site personalizado, porém, dessa forma o custo seria maior e no momento não atenderia as expectativas.

Após definidas as cores e imagens que irão ser inseridas na página, foi encaminhado para os programadores a arte da logomarca da empresa que foi elaborada por uma empresa de marketing da cidade de Assis e aguardados por aproximadamente trinta dias que esse primeiro processo fosse realizado.

Depois de pronta a página modelo, foi feita algumas alterações e inseridos os detalhes que nela faltavam, e alguns produtos para analisar a atratividade visual do site. Neste momento estava tudo em ordem, porém no acesso ao site a mensagem emitida era “site em construção” para que a empresa pudesse inserir mais imagens dos produtos e mais informações necessárias no site.

Ao término da emissão das imagens e das informações foi comunicado a empresa de desenvolvimento do site que poderiam colocar o site em funcionamento.

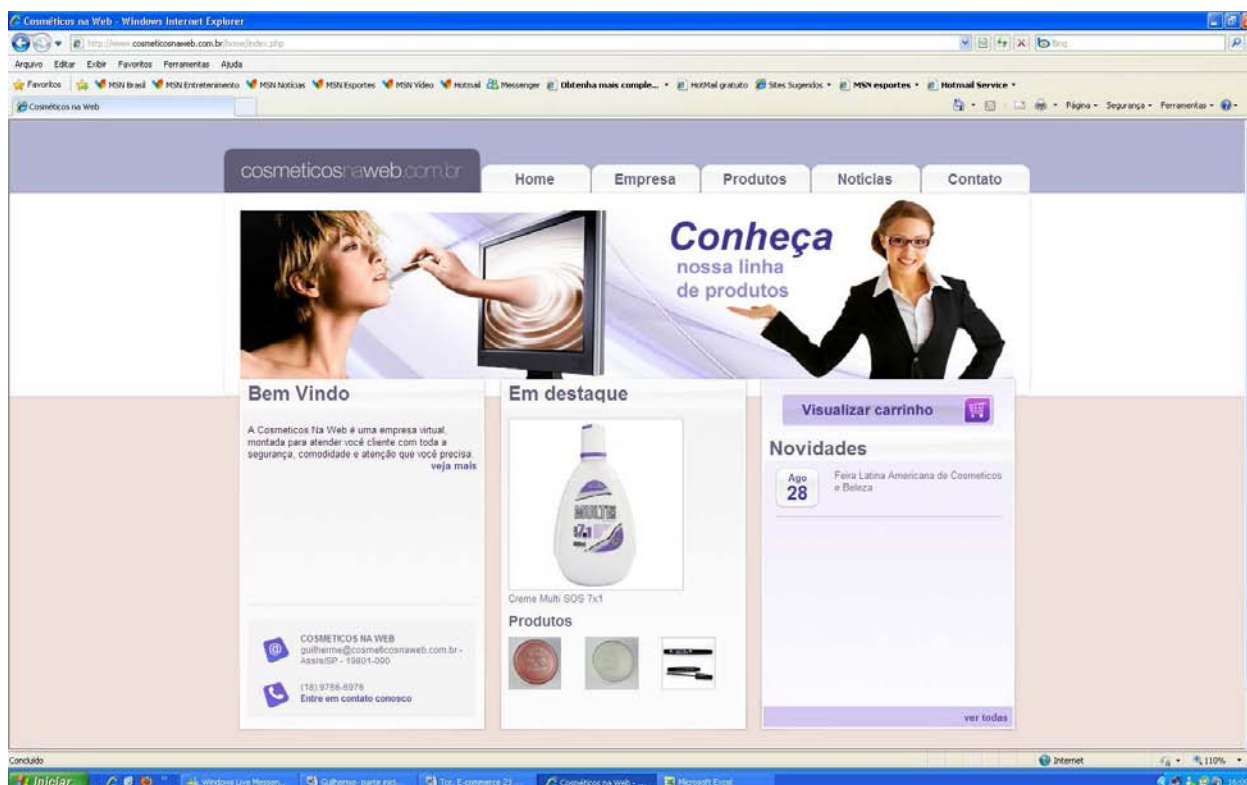
O investimento para a montagem do site foi de aproximadamente R\$ 5.000,00, dividido em equipamentos necessários, contratação da empresa de Marketing que desenvolveu a logomarca e fotos, horas utilizadas pelos funcionários da RN2 para analisar, alterar e inserir informações e produtos e honorários da empresa que desenvolveu esta prestação de serviço.

Devido à possíveis alterações e manutenção da *home page* está previsto mensalmente um valor de R\$ 50,00 até R\$ 150,00 para cobertura dessas ocorrências.

Capitulo IV - Demonstração do Site

4.1 Formatações finais do site e suas divisões

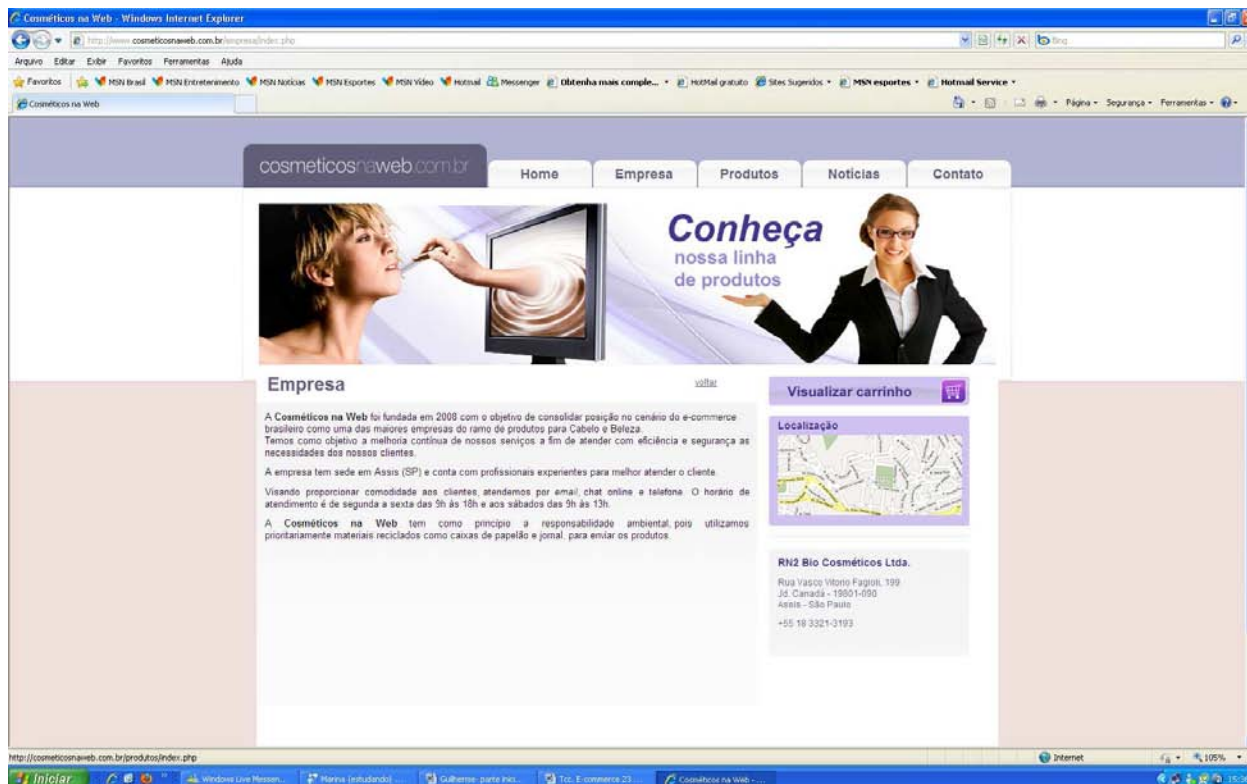
Página principal:



Na página principal encontramos em sua estrutura, home, empresa, produtos, notícias e contato.

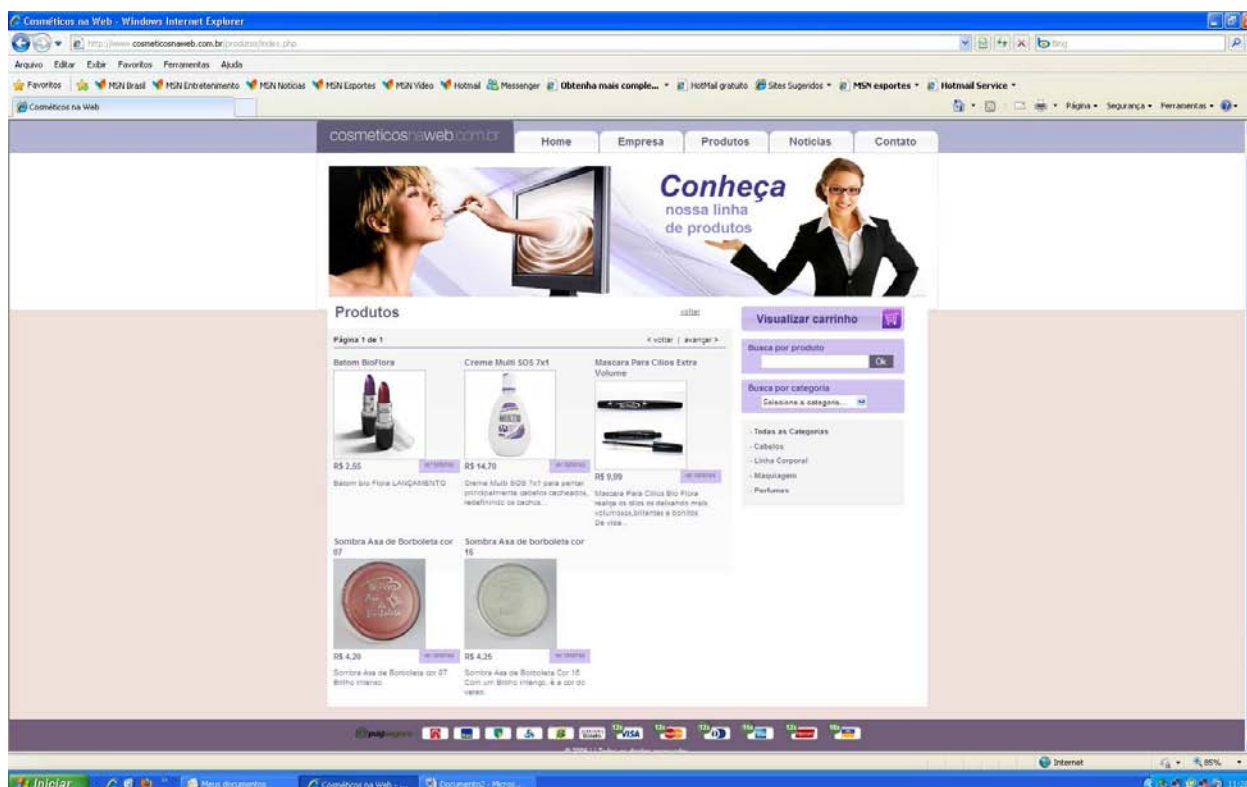
O destaque citado na página pode ser um produto em lançamento ou o produto que mais obteve venda.

Página da empresa:



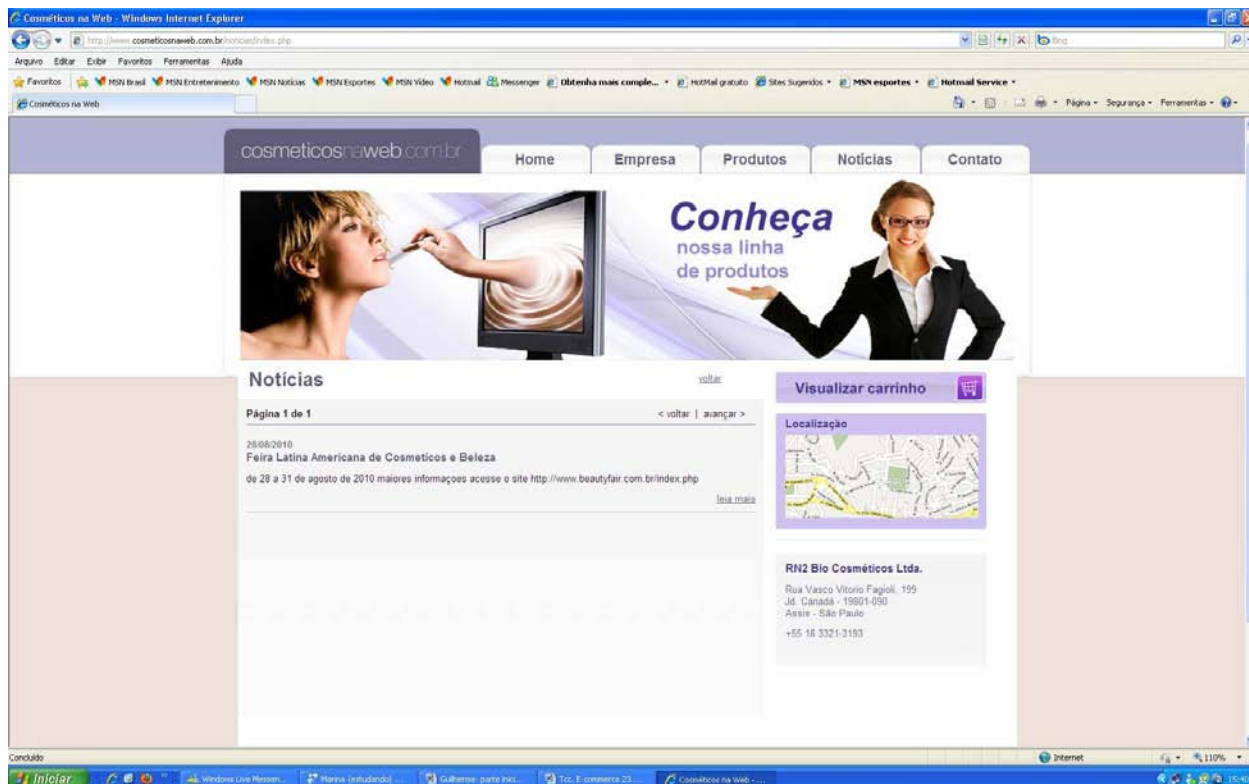
Na página da empresa o consumidor tem acesso às informações principais da empresa e a responsabilidade social.

Página de Produtos:



Nesta página de produtos, o consumidor irá encontrar os produtos que estão disponibilizados para a venda, seus valores e quando o cliente seleciona o produto desejado, vai para outra tela onde relaciona as características do produto selecionado.

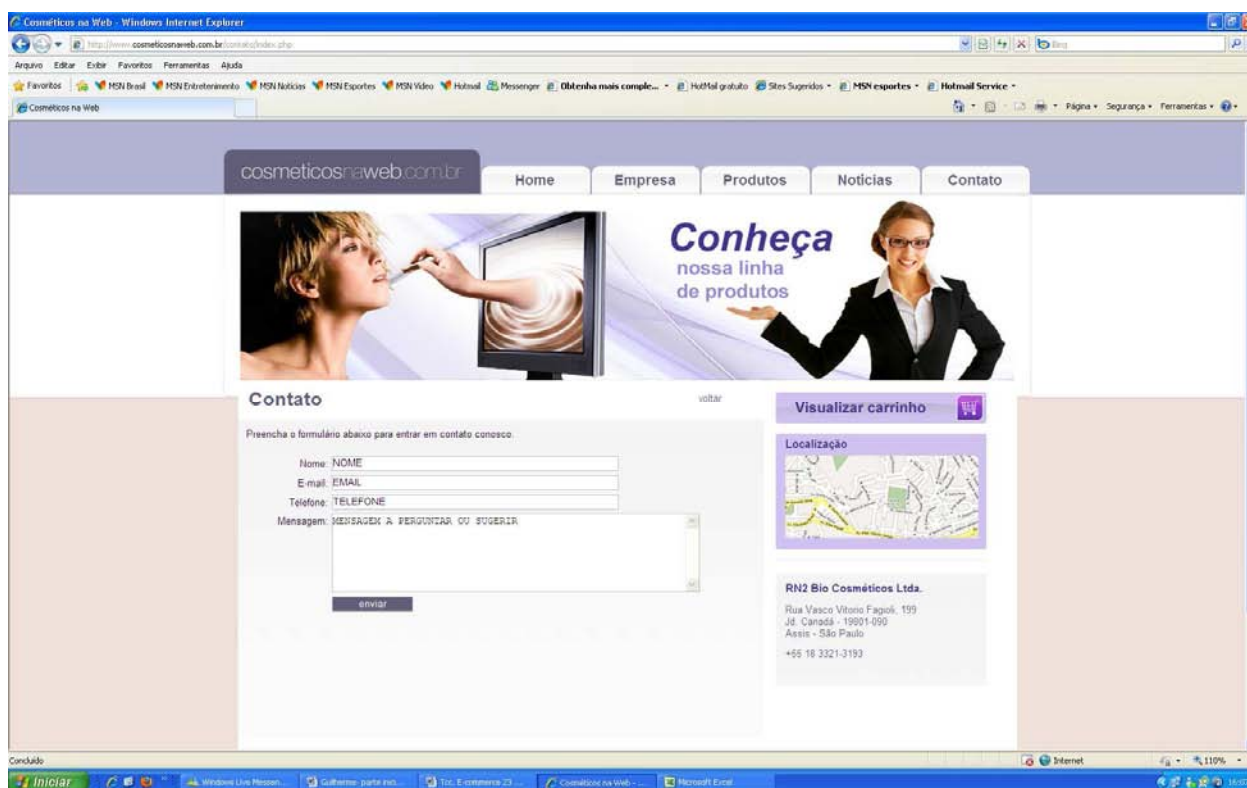
Página de Notícias:



Na página de notícias o consumidor irá encontrar todas as novidades que o mercado de cosmético oferece para os consumidores.

Congressos para cabeleireiros, para usuários finais sempre estão disponibilizadas no site, para que o consumidor fique a par das tendências do mercado de cosméticos, e os produtos e cores que estão na moda.

Página de contato:



Na página de contato o consumidor tem acesso a uma janela onde ele descreverá seu nome, e-mail e telefone para tirar alguma dúvida, ou opinar uma sugestão para o site, também possui número de telefone para um contato mais próximo.

4.2 - Início da operação e monitoramento de acesso.

O número de acessos é informado no e-mail do servidor e as vendas realizadas chegam a esse e-mail, onde depois de confirmado o pagamento é passada para o setor de expedição que separa o pedido e envia pela preferência da forma de entrega que o cliente optou na hora de efetuar a compra.

A empresa não possui dados para descrever o lucro do site, devido ao tempo em que a página está em funcionamento completo. O site foi colocado ao ar a pouco tempo.

Considerações finais

Este trabalho teve como característica retratar o ambiente comercial na internet. Para que isso fosse possível inicialmente relatamos a história da internet, desde seu surgimento, até como é considerada hoje, para muitos a maior fonte de informação e comunicação que o homem inventou.

De certa forma, a internet revolucionou todos os sistemas tecnológicos, permitindo acesso a uma infinidade de dados, isto também teve reflexo no mercado de compra e venda de produtos, neste caso específico, o mercado de cosméticos.

A internet constantemente sofre atualizações, na medida em que os usuários interagem com esta ferramenta percebem sua abrangência e vão adquirindo maior confiabilidade e aceitando este novo meio de negociação diferente do tradicional comércio.

Ela chegou ao Brasil e rapidamente se expandiu nos últimos onze anos, obteve um crescimento gigantesco, o número de usuários que se encontram conectados a esse sistema, os recursos que ela proporciona com destaque para o comércio virtual vem crescendo dia a dia respaldado por toda essa tecnologia que facilita sua utilização pelos usuários.

Como alternativa para alavancar vendas de produtos, os empresários tem colocado também neste ambiente da internet opções para seus clientes. E essa maneira de comércio foi incorporada pela RN2 que entende ser o caminho para alcançar suas metas de aumento de vendas.

Apesar de parecer complexo, o desenvolvimento de um site, quando se procura profissionais aptos para prestar este tipo de serviço que tenham competência para o desenvolvimento e que dão suporte necessário, torna-se viável o investimento.

Referências:

ELLSWORTH, Jill H. Matthew V. **Guia de negócios na internet**; 1949 - tradução Elisa Maria Gonçalves Ferreira; - São Paulo: Berkely, 1995.

HAWKINS, Leonards. **Como ser bem sucedido em network marketing**. 3ª edição – Rio de Janeiro: Ricard, 1996.

TCC - SILVA, Vanusa C. da. **O Consumidor e o comércio eletrônico**. FEMA-Fundação Educacional do Município de Assis. Assis 2006.

TCC - ROSSI, Maria Júlia **E-COMMERCE: SUA LOJA NA INTERNET**. FEMA-Fundação Educacional do Município de Assis. Assis 2006

www.kplus.cosmo.com.br/materia.asp?co=11&rv=Vivencia - A História da Internet - Como Tudo Começou... Kellen Cristina Bogo - Acessado dia 29/06/2009 as 11:50 horas

<http://www.sitesecia.com.br/v7/publish/pub/importancia.htm> - A importância de um e-commerce Acessado dia 12/11/2009 as 16:39 horas

<http://www.publiweb.com.br/novidades/a-importancia-do-comercio-eletronico> - A importância do comércio eletrônico – publicado por Aline Acessado 09/11/2009 as 16:55horas

<http://www.infomaroto.com/blog/o-dia-em-que-a-internet-parou-somente-em-sao-paulo/> Acessado 09/11/2009 as 16:34 horas

http://www.fe.unb.br/catedra/bibliovirtual/internet/a_maior_fonte_de_informacao_e_s.htm - A maior fonte de informações disponível no Planeta Acessado 12/11/2009 as 10:41 horas

http://www.m2m.com.br/mercado/comercio_eletronico.asp acessado dia 29/06/2009 as 11:51 horas

<http://www.brazhost.com/forum/index.php?topic=91.0> - cosméticos masculino ganha força. Acessado 09/11/2009 as 17:00 horas

<http://blogpageseguro.com.br/tag/e-commerce-brasileiro/> - Comércio eletrônico cresce 29% no primeiro semestre e Consumidor brasileiro é exigente nos canais digitais Acessado 03/11/2009 as 00:12 horas

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Cosm%C3%A9tico> - cosméticos acessado 14/09/09 as 11:57

http://www.m2m.com.br/mercado/comercio_eletronico.asp - comercio eletrônico acessado 29/06/2009 as 11:55 horas

<http://beleza.terra.com.br/homem/interna/0,,OI3135214-EI7733,00.html> - Cosmético para homens não é frescura acessado 17/11/2009 as 17:11 horas

<http://www.maurolaruccia.adm.br/trabalhos/ecomme.htm> - e-commerce publicado por Eliane Aparecida Pereira e Luciana Rodrigues B. Silva acessado 17/11/2009 as 17:07

<http://blogpageseguro.com.br/tag/e-commerce-brasileiro/> - e-commerce continua a crescer no Brasil acessado 03/11/2009 as 00:11 horas

<http://blogpageseguro.com.br/2009/07/internet-influencia-15-das-vendas-do-varejo/> - Internet influencia 15% das vendas do varejo acessado 03/11/2009 as 00:16 horas

http://pt.wikipedia.org/wiki/Log%C3%ADstica_no_neg%C3%B3cio_electr%C3%B3nico – logística no e-commerce acessado 14/09/09 as 11:54 horas

<http://www.e-commerce.org.br/logistica.php> - Logística no e-commerce publicado por *Alexandra Gaspar* acessado 17/11/2009 as 16:40 horas

http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos1/Marketing_em_comercio_eletronico.htm - Marketing em Comércio Eletrônico publicado por Rafael Mauricio Menshhein acessado 14/09/2009 as 00:46 horas

http://www.e-commerce.org.br/artigo/meios_de_pagamento_nas_lojas_vituais.php - Meios de pagamento das Lojas Virtuais publicado por Dailton Felipini acessado 25/03/2009 as 13:56 horas

<http://www.cosmeticosbr.com.br/conteudo/materias/materia.asp?id=1475> - Ousadia e criatividade para incrementar o mercado masculino brasileiro – publicado por Sueli Ortega acessado 09/11/2009 as 16:58 horas

<http://www.guiaempresa.com.br/easystore.htm> - O QUE É COMÉRCIO ELETRÔNICO? Acessado 25/03/2009 as 13:25 horas

<http://www.assis.unesp.br/egalhard/Internet.htm> - Principais Recursos disponíveis na Internet publicado por dr. Eduardo Galhardo acessado 12/11/2009 as 10:12 horas

http://imasters.uol.com.br/artigo/7460/tendencias/redes_sociais_o_futuro_da_internet/ - Redes sociais: o futuro da Internet Acessado 6/10/2009 as 23:12 horas

http://www.e-commerce.org.br/artigos/seguranca_internet.php - segurança na internet publicado por Dailton Felipini Acessado 25/03/2009 as 13:43 horas

23/03/2009- 13:30

<http://www.e-commerce.org.br/artigos/meiosdepagamento-integradores.php> - novidades nos sistemas de pagamentos on-line publicado por Dailton Felipini Acessado 23/03/2009 as 13:13 horas