

**CENTRO UNIVERSITARIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO
CURSO DE BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

BEATRIZ NOGUEIRA RODRIGUES MARTINS

CONTABILIDADE NO E-COMMERCE

Juazeiro do Norte- Ce
2018

BEATRIZ NOGUEIRA RODRIGUES MARTINS

CONTABILIDADE NO E-COMMERCE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Dr. Leão Sampaio como exigência para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Esp. Raimundo Ivan Feitosa Filho

Juazeiro do Norte – Ce
2018

BEATRIZ NOGUEIRA RODRIGUES MARTINS

CONTABILIDADE NO E-COMMERCE

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Dr. Leão Sampaio como exigência para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Esp. Raimundo Ivan Feitosa Filho

Aprovado em 12 de Dezembro de 2018

BANCA EXAMINADORA

Orientador - Prof. Esp. Raimundo Ivan Feitosa Filho
Faculdade Leão Sampaio

Membro - Prof. Esp. Francisco Daniel Gomes da Cruz
Faculdade Leão Sampaio

Membro - Prof. Esp. Ana Marília Barbosa Oliveira
Centro Universitário Unileão

Juazeiro do Norte – Ce
2018

CONTABILIDADE NO E-COMMERCE

Beatriz Nogueira Rodrigues Martins¹
Raimundo Ivan Feitosa Filho²

RESUMO

Este trabalho é resultado de um estudo bibliográfico sobre a contabilidade no e-commerce, visto que os empreendedores atuais encontram dificuldades em manter seus negócios devido à falta de informações decorrente da percepção de comércio virtual difundida no cotidiano, onde qualquer pessoa pode criar um site e comercializar algo de seu desejo. Neste enredo surgiu a necessidade de obter-se resposta para a pergunta: Qual a importância da contabilidade no e-commerce? A contabilidade está sendo deixada de lado, principalmente nos menores negócios, e isso acarreta uma desorganização no mercado de trabalho eletrônico, por este motivo procurou-se demonstrar a utilidade dessa ferramenta como um instrumento de gestão imprescindível para subsidiar o processo de decisão e criar vantagem competitiva para as entidades, que vá além de atender às exigências legais, proporcioná-las adaptações às constantes mutações do mercado e terem uma melhor expectativa de crescimento. Através das informações expostas em relatórios, livros contábeis e demais demonstrativos que os gestores tomam conhecimento da verdadeira situação da entidade e os utiliza para nortear suas decisões.

Palavras Chave: Contabilidade. E-commerce. Relatórios.

ABSTRACT

This work is the result of a bibliographic study on e-commerce accounting, since current entrepreneurs find it difficult to maintain their businesses due to the lack of information resulting from the perception of virtual commerce diffused in everyday life, where anyone can create a website and commercialize something of your desire. In this scenario came the need to get an answer to the question: How important is accounting in e-commerce? Accounting is being neglected, especially in smaller businesses, and this leads to a disorganization in the electronic labor market, for this reason it was tried to demonstrate the usefulness of this tool as an indispensable management tool to subsidize the decision process and create an advantage competitive for the entities, which goes beyond complying with legal requirements, adapting them to the constant changes in the market and having a better expectation of growth. Through the information exposed in reports, accounting books and other statements that managers become aware of the true situation of the entity and uses them to guide their decisions.

Keywords: Accounting. E-commerce. Reports.

1. INTRODUÇÃO

¹ Concludente do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Leão Sampaio em Juazeiro do Norte-CE. E-mail: biaanogrm@hotmail.com

² Orientador. Prof Esp. em Contabilidade Tributária pela Faculdade de Juazeiro do Norte – FJN Docente da Faculdade Leão Sampaio em Juazeiro do Norte-CE. E-mail: ivanfilho@leaosampaio.edu.br

Com os avanços da tecnologia criou-se o mercado virtual, onde empresas oferecem e vendem seus produtos e serviços. Atualmente, segundo pesquisa elaborada pelo site do e-commerce Brasil, existem cerca de 750 mil empresas de comércio eletrônico em nosso país, essa quantidade se dá pelo fato de ser um amplo e fácil campo de vendas, pois qualquer pessoa tem acesso ao seu negócio em qualquer lugar do mundo.

O e-commerce é um dos mais importantes fenômenos da internet em crescimento, e por se tratar de negócios, é de suma importância a presença da contabilidade, para que os empreendedores tenham conhecimento do valor de seus ativos, passivos, receitas, custos e despesas, a rentabilidade lucrativa do negócio, entre outras informações que, pelo profissional contábil, são transformadas em relatórios ou demonstrativos que auxiliam na tomada de decisão pelos gestores, os quais analisam onde há mais gastos, por exemplo, podendo diminuir algumas despesas ou fazer novos investimentos.

No entanto, como o mercado virtual é aberto para qualquer empreendedor, muitos não são capacitados para montar seus negócios, e o que acontece é a busca pelo perfeito site, sendo deixado de lado o funcionamento interno da empresa, o que ocasiona, por exemplo, infrações ou postura indevida. Neste enredo surge a necessidade de obter-se resposta para a seguinte pergunta: Qual a importância da contabilidade no e-commerce?

Neste contexto, o objetivo geral do presente trabalho é demonstrar a importância da contabilidade no funcionamento do e-commerce. Especificamente estudar o e-commerce e identificar os benefícios da implantação de um profissional contábil a estes serviços, verificando ainda o avanço do comércio no mundo digital.

A construção do presente trabalho foi realizada mediante pesquisas bibliográficas e em sites confiáveis da internet, bem como em artigos já publicados, relacionados ao assunto.

Analisando os resultados obtidos através desta pesquisa, ficou constatado que a contabilidade é uma ferramenta essencial também para o controle dos negócios virtuais, visto que sua adesão acarreta vantagens positivas.

Por fim, diante da atual realidade, constatou-se que o papel da contabilidade no mercado virtual possibilita ao empreendedor mais clareza dos fatos ocorridos na empresa, auxilia na escolha mais vantajosa de tributação e ainda no planejamento estratégico, entre outras vantagens descritas no decorrer do presente trabalho.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 SURGIMENTO DO COMÉRCIO E MOEDA

As atividades comerciais, historicamente, surgiram a partir dos processos de troca da antiguidade, onde pessoas de uma mesma comunidade barganhavam seu produto de cultivo por outro de sua necessidade, sem definição de preço.

Com o passar do tempo, os comércios se tornaram bastante complexos, pois o número de negociantes e mercadoria foi crescendo e logo se estendeu para além das comunidades, inclusive, nessa época, se destacavam as grandes navegações, que exploravam diversos lugares e traziam novidades para comercializar (RISOMAR, 2016).

Um fato interessante é que a moeda surgiu para, de fato, deixar o comércio mais igualitário. Por exemplo, os portugueses e os outros povos navegantes extraíam todas as riquezas dos países que chegavam em troca de quinquilharias, que eram julgadas valiosas – quando, na verdade, não eram (NOGUEIRA, 2018 p. 3).

Sobreira (2008) expõe que a primeira moeda utilizada foi o sal, depois as conchas, até surgir o ouro e o dinheiro. Batista (2014) complementa explanando que no mundo moderno, além do dinheiro vivo, o comércio também usa outros mecanismos financeiros de intenção de pagamento, como o cheque e o cartão de crédito/débito. Tecnologias criadas para dar mais praticidade e segurança nas transações.

A moeda foi criada como um meio de referência para dinamizar os procedimentos de trocas, para que as pessoas conseguissem adquirir os produtos desejados de forma igualitária.

2.2 INTERNET E O COMÉRCIO VIRTUAL

A internet é uma das mais importantes invenções da humanidade, torna o trabalho mais fácil e as informações instantâneas mais acessíveis em todo o mundo, é um meio de comunicação que permite a troca de informações a qualquer momento entre pessoas de diferentes locais e seu uso expande-se cada dia mais e gera mudanças em âmbito cultural, social, econômico e político.

Segundo Nascimento, Silva e Santos (2009), tudo teve início na Guerra Fria, onde Estados Unidos e União Soviética necessitavam de um mecanismo que armazenasse informações com sigilo e segurança. Os EUA, com medo de um ataque, tiveram a ideia de compartilhar informações de forma descentralizada, pois caso ocorresse o ataque elas não seriam perdidas ou danificadas. O ataque não aconteceu, mas deu-se início ao maior fenômeno do século.

“Por quase duas décadas, apenas os meios acadêmico e científico tiveram acesso à rede. Em 1987, pela primeira vez foi liberado seu uso comercial nos EUA.” (SILVA, 2001, p. 2).

Seu alcance global despertou nas empresas uma nova forma de ampliar seus negócios, passando assim a atuar neste mercado. Iniciou-se, então, o processo de transações online.

Graças ao desenvolvimento tecnológico, atualmente, podemos adquirir qualquer produto que desejarmos, inclusive de outros países, sem precisar de locomoção. O pagamento podendo ser feito por depósito, transferência, e até utilizando o cartão de crédito ou débito a distância, por meio de aplicativos de pagamento.

2.3 E-BUSINESS

“*E-business* são todas as transações de negócios feitas entre empresas pela internet. Engloba a realização de toda a cadeia de valor, em um ambiente eletrônico, não se restringindo as transações comerciais de compra e venda” (LIMEIRA, 2007, p. 335).

Eugênio (2015) pontifica que o e-business divide-se em duas áreas: o e-service, que é a prestação de serviços on-line e sites de busca, que auxiliam na tomada de decisões; e o e-commerce, uma nova forma de comércio que possibilita a aquisição de bens e serviços através de equipamentos eletrônicos.

Ao longo do trabalho estudaremos o e-commerce, que nada mais é que uma migração do comércio físico para o ambiente virtual, onde acontece a venda de produtos ou serviços de uma única empresa.

2.4 E-COMMERCE

“*E-commerce* pode ser traduzido como comércio eletrônico, ou seja, consiste em uma loja virtual que só vende produtos de uma única empresa. Diferente de um *Marketplace*, plataforma onde várias empresas vendem os seus produtos” (SAMPAIO, 2017, p. 01)

No e-commerce produtos de uma única empresa são expostos à venda. Em contra partida, o *Marketplace*, segundo Zacho (2017), funciona como uma alternativa mais simples para aqueles que buscam montar seu negócio virtual, onde um intermediador utiliza uma estrutura já pronta para realizar suas vendas.

A internet transformou o mundo, o aumento do número de usuários e a evolução de tecnologias como as plataformas *e-commerces*, proporcionam cada vez mais, maior estabilidade para os negócios digitais. Além disso, o Marketing Digital oferece centenas de ferramentas e recursos que potencializam a divulgação e, ao mesmo tempo, auxiliam as lojas virtuais a atingirem públicos cada vez mais específicos para o nicho em que atuam, portanto, mais fáceis de reter o cliente por mais tempo (SAMPAIO, 2017).

O 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 (FAGUNDES, 2004).

As negociações são realizadas exclusivamente pela internet, usada para facilitar o comércio, possibilitando o acesso a elementos da sociedade em qualquer parte do mundo de forma fácil e rápida, permitindo comprar o melhor produto pelo melhor preço, reduzindo tempo e custos envolvidos.

2.5 VANTAGENS DO *E-COMMERCE*

Conforme menciona Nascimento, Silva e Santos (2009), o *e-commerce* possibilita transações entre pessoas, empresas e até governo, entre seus serviços destacam-se: e-NF (Nota Fiscal Eletrônica), que possibilita a fiscalização das empresas on-line, evitando a sonegação de impostos, pois as ações realizadas pela empresa estão ligadas 24 horas no sistema da Receita Federal; e-boleto, cobranças digitais podendo ser pagas e consultadas pela internet, via celular e caixas eletrônicos dos bancos, combatendo fraudes e gastos de papel e impressão, além da agilidade nos serviços prestados.

Para quem deseja realizar negócios além das fronteiras, é uma ferramenta essencial, pois pessoas de qualquer parte do mundo podem ter acesso aos produtos. Para o cliente que utiliza um site de *e-commerce* para realizar suas compras, além da comodidade, tem diferentes opções para escolha, preços e produtos variados. Um exemplo de vantagem comum para consumidor e empresa é o cadastro realizado na primeira compra, que proporciona preços e ofertas especiais ao mesmo tempo em que alimenta o banco de dados de clientes.

2.6 EVOLUÇÃO DO *E-COMMERCE*

Segundo Nascimento, Silva e Santos (2009), as transações de compra e venda até meados da década de 90 não eram bem vistas pelo público brasileiro, durante anos o consumidor depositou confiança em coisas concretas e na segurança do atendimento presencial, que era responsável por transmitir segurança no momento da compra. Hoje, essas questões continuam tendo seu papel nas transações comerciais em todo mundo, porém o perfil de compra está mudando, graças as transmissões eletrônicas de informação, que estão cada vez mais seguras e confiáveis.

O protagonista da primeira grande mudança na cultura de compra foi o telemarketing, onde as centrais de atendimentos ligavam para o cliente com o objetivo de proporcionar comodidade nas compras, oferecendo um serviço que não haveria mais necessidade de locomover-se até as lojas para adquirir os produtos e nem mesmo procurá-los. Esse tipo de negócio, conhecido como “compra às escuras”, tornou-se a grande ferramenta de alavancagem das compras pela internet, que até então eram bem sutis.

As pessoas agora se preocupam com a garantia do sigilo e segurança de seus dados financeiros e com a entrega de seus produtos, devido estar sob responsabilidade além dos produtores, da empresa de divulgação e venda.

2.7 CONTABILIDADE NO *E-COMMERCE*

Os comércios eletrônicos estão vulneráveis a problemas derivados de uma insuficiente ou inadequada informação contábil, como: baixa margem de lucro, não sabem inovar no mercado em que atuam, são sensíveis a crises econômicas e políticas, não conseguem crescer, têm custos mais altos que o necessário, entre outros. Fazendo-se necessário o empreendedor conhecer os benefícios da utilização destas informações na tomada de decisão, e a contabilidade possibilita segundo Ribeiro (2013), o controle do patrimônio das empresas através das informações explanadas em relatórios, onde são registrados os valores de despesas, custos e impostos devidos ou pagos.

Contabilidade é a ciência que estuda os métodos de registro da movimentação financeira de uma entidade, afim de determinar e ordenar todos os seus os movimentos em valores e quantidades. Além de mesurar valores, a contabilidade também comunica-os de forma confiável aos aos gestores da empresa, que por sua vez utilizam as informações para nortear a tomada de decisão. Resumidamente, as duas finalidades principais da contabilidade são: controle e planejamento.

Conforme relata Gonçalves, Bugay e Pereira (2014), os relatórios contábeis são documentos onde se expõe os dados da entidade e sua análise de forma detalhada, seu principal objetivo é relatar os principais fatos financeiros registrados em um determinado período. Deve ser feito por profissional da área, pois as informações devem ser coletadas e trabalhadas com total segurança e exatidão, qualquer erro pode prejudicar a empresa.

Mediante o conhecimento e a aplicação de técnicas contábeis, você poderá ter um controle permanente e eficiente da gestão do Patrimônio da sua empresa, obtendo informações econômicas, financeiras, ou de outra natureza, no momento em que precisar (RIBEIRO, 2013, p. 08).

Tendo em vista a ausência de conhecimento adequado sobre a contabilidade, pode-se expor a estes empresários uma maneira simples de contabilizar: colocando numa folha de papel os principais números da empresa, como quantidade de produção e vendas, para que o mesmo possa compreender a importância de monitorar o seu negócio e tomar decisões com base em dados relevantes. A partir disso, pode-se introduzir, brevemente, outros instrumentos úteis para gestão de suas empresas, como plano de contas, fluxo de caixa, estrutura de custos, formação de preço de venda, entre outros (KIRSLYS, 2017).

Conforme Procenge (2017), ao analisar os relatórios é possível tomar decisões que aumentem a produtividade e crescimento da empresa e ainda identificar as potencialidades e fragilidades fundamentais no percurso do sucesso.

O responsável administrativo de uma empresa é pressionado para obter resultados cada vez melhores, e os relatórios contábeis possibilitam o entendimento da atual situação econômica da gestão financeira e patrimonial. No e-commerce, a presença de um contador permite o acompanhando às constantes mudanças na legislação, que é fundamental para manter a empresa em bom funcionamento, garantindo a regularidade fiscal, pensa em estratégias para diminuir os encargos tributários e os riscos associados ao negócio, analisa o desempenho do negócio, controla os impostos, além da realização de planos orçamentários, que são fundamentais para um planejamento empresarial eficiente.

3 METODOLOGIA

A pesquisa é uma importante fonte produtora de conhecimento. Realizar pesquisa é defender e fundamentar uma ideia.

Lakatos e Marconi (2003) ensinam que a pesquisa é um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais.

No tocante à abordagem, esta pesquisa possui características qualitativas, uma vez que não foi utilizado nenhuma ferramenta para a quantificação de resultados. A pesquisa teve como base a coleta de dados em material bibliográfico, através de uma averiguação qualitativa. Para tanto, foram consultados livros, sites especializados, artigos, dentre outras fontes. Com o objetivo de levantar e sistematizar o conhecimento sobre o tema.

Com a certeza de que a temática da presente pesquisa é contemporânea e de suma importância para a conscientização da importância da contabilidade no e-commerce,

anteriormente abordado, é necessário realizar um estudo mais aprofundado desta evolução imprescindível na economia atual do país.

A pesquisa de modo geral, no entendimento de Gil (1991, p. 43), pode ser definida “como o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante emprego de procedimentos científicos”.

Corroborando com o autor supracitado, Minayo e Gomes (2001, p.1), advogam que pesquisa é “a atividade básica da ciência na sua indagação e construção da realidade.”

Quanto à pesquisa bibliográfica, Köche (1997, p. 122) afirma que essa modalidade de pesquisa “é a que se desenvolve tentando explicar um problema, utilizando o conhecimento disponível a partir das teorias publicadas em livros ou obras congêneres”.

No entendimento destes autores, a pesquisa exploratória consiste na familiaridade entre o pesquisador e o objeto da pesquisa, objetivando esclarecer questões pouco abordadas. Esta pesquisa analisa conceitos e significados, relata a importância e os avanços do comércio e da contabilidade ao passar dos anos.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi apresentado, percebeu-se que, devido a evolução do comércio e sua presença no meio digital, muitos empresários focam apenas no site e em demonstrar boa aparência para seus clientes, sem se preocupar com o funcionamento interno de seu negócio. Isso ocorre devido a falta de informação e ainda pela falta de fiscalização eficiente nesse meio, onde qualquer pessoa pode vender sem burocracias.

A contabilidade no e-commerce proporciona ao empreendedor clareza dos fatos ocorridos na empresa, maior compreensibilidade sobre o fluxo de caixa, escolha mais vantajosa do tipo de tributação, planejamento tributário, auxílio no planejamento estratégico, entre outras vantagens, como o acompanhando às constantes mudanças na legislação, que é fundamental para manter a empresa em bom funcionamento, garantindo a regularidade fiscal, pensa em estratégias para diminuir os encargos tributários e os riscos associados ao negócio, analisa o desempenho do negócio, controla os impostos, além da realização de planos orçamentários, que são fundamentais para um planejamento empresarial eficiente.

Diante das exigências impostas para se manter no mercado as empresas necessitam se enquadrar nas suas devidas formalidades e dessa maneira permitir-se-á uma ampliação de

vendas implicando no desenvolvimento e crescimento do negócio, gerando assim maior credibilidade e aceitação no mercado.

Que este trabalho possa ajudar a outras pessoas que desejam obter informações mais completas sobre o tema.

REFERÊNCIAS

- BATISTA, Rafael. **Como surgiu o dinheiro?**. 2014. Disponível em: <<https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/curiosidades/como-surgiu-dinheiro.htm>>. Acesso em: 02 Nov. 2018.
- EUGÊNIO, Marcio. **E-business, o que é?**. 2015. Disponível em: <<https://www.dlojavirtual.com/como-vender/e-business-o-que-e>>. Acesso em: 26 Ago. 2018.
- FAGUNDES, Eduardo M. **O que é e-commerce?**. 2004. Disponível em: <<http://efagundes.com/artigos/o-que-e-e-commerce/>>. Acesso em: 04 Nov. 2018.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- GONÇALVES, Joice de Souza; BUGAY, Camila; PEREIRA, Donizete. **Os relatórios contábeis e sua interpretação para a tomada de decisão**. 2014. Disponível em: <<http://contadores.cnt.br/noticias/artigos/2014/10/27/os-relatorios-contabeis-e-sua-interpretacao-para-a-tomada-de-decisao-estudo-de-caso-em-uma-pequena-empresa-de-comercio-atacadista-de-alimentos-para-animais.html>>. Acesso em: 05 Set. 2018.
- KIRSLYS, Alexandre. **Os 10 relatórios gerenciais mais importantes para sua empresa!**. 2017. Disponível em: <<https://www.erpflex.com.br/blog/relatorios-gerenciais>>. Acesso em: 03 Nov. 2018.
- KOCHE, José Carlos. **Fundamentos de Metodologia Científica: Teoria da ciência e prática da pesquisa**. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.
- LAKATOS, Maria Eva; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- LIMEIRA, Tania M. Vidigal. **E-marketing: O marketing na internet com casos brasileiros**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- NASCIMENTO, André Ribeiro; SILVA, Bruna Ferreira; SANTOS, Gisele Gomes. **E-commerce: o melhor caminho no mercado atual**. 2009. Disponível em: <<http://aberto.univem.edu.br/bitstream/handle/11077/496/E-commerce%3A%20O%20Melhor%20Caminho%20no%20Mercado%20Atual.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 07 Nov. 2018.
- NOGUEIRA, Michelle. **História do comércio**. 2018. Disponível em: <<https://www.estudopratico.com.br/historia-do-comercio/>>. Acesso em: 20 Ago. 2018.
- PROCENGE. **A tomada de decisão baseada no planejamento estratégico e resultados de longo prazo**. 2017. Disponível em: <<http://blog.procenge.com.br/a-tomada-de-decisao-baseada-no-planejamento-estrategico-e-resultados-de-longo-prazo/>>. Acesso em: 03 Nov. 2018.
- RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade básica fácil**. 29ª ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

RISOMAR, Patrícia. **Comércio: Passado, presente e futuro.** 2016. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/risomarpatrcia/evoluo-historica-do-comrcio>>. Acesso em: 18 Ago. 2018.

SAMPAIO, Daniel. **E-commerce pode ser traduzido como comércio eletrônico.** 2017. Disponível em: <<http://www.escongel.com.br/2017/12/15/e-commerce-pode-ser-traduzido-como-comercio-eletronico-ou-seja-consiste-em-uma-loja-virtual-que-so-vende-produtos-de-uma-unica-empresa-diferente-de-um-marketplace-plataforma-onde-varias-empresas-v/>>. Acesso em: 04 Nov. 2018.

SAMPAIO, Daniel. **O que é e-commerce?** Tudo o que você precisa saber para ter uma loja virtual de sucesso!. 2018. Disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/e-commerce-guia/>>. Acesso em: 03 Set. 2018.

SILVA, Leonardo Werner. **Internet foi criada em 1969 com o nome “Arpanet” nos EUA.** 2001. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u34809.shtml>>. Acesso em: 24 Ago. 2018.

SOBREIRA, Regina. **Origem e evolução da moeda.** 2008. Disponível em: <<https://www.webartigos.com/artigos/origem-e-evolucao-da-moeda/6858>>. Acesso em: 20 Ago. 2018.

ZACHO, Ricardo. **O que é Marketplace?** 2017. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/marketplace-vantagens-e-desvantagens/>>. Acesso em: 26 Ago. 2018.