

Módulo Informativo

Nº 7

E-COMMERCE

Tutorial de E-Commerce

Parte 1

- O que é o E-Commerce?
- Os Governos Irão Regulamentar o E-Commerce?

Parte 2

- O E-Commerce é Seguro?
- Como Começar a Vender Online

Parte 3

- Padrões Tecnológicos do E-Commerce
- Palavras-chave

Parte 4

- Pequenos Negócios Podem Ser Favorecidos
- As Maiores Barreiras

Parte 5

- Quem Perde Com o E-Commerce?
- Qual é o Futuro do E-Commerce?

Introdução

Como o comércio eletrônico ainda gera muita polêmica e muitas dúvidas, eis alguns tópicos importantes sobre o tema.

Os negócios na internet estão crescendo e quase todo mundo parece estar sendo apanhado. Antes de se atirar de cabeça, vamos ajudá-lo a pôr-se a par das tecnologias, dos padrões e do ambiente regulador dos negócios online.

Parece haver uma grande confusão à volta do comércio eletrônico, ou e-commerce, na internet. Este módulo o ajudará a compreender as bases do e-commerce.

Uma vez apreendida as bases do e-commerce, você poderá lançar-se no e-cash, e estará no bom caminho para converter o seu site numa loja online pronta a fazer dinheiro, ou numa operação de distribuição de baixo custo. Então, mãos à obra?

Parte 1

• O Que é o E-Commerce?

Quando se fala em e-commerce, a maior parte das pessoas pensa em *workaholics* fazendo compras online, com o browser apontado ao Amazon.com para encomendar um presente urgente por terem se esquecido do aniversário de alguém.

Mas as compras na web são apenas uma pequena parte do e-commerce. Este termo também se refere a transações de ações e de obrigações e à compra e download de software, sem nunca passar perto de uma loja. Além disso, o e-commerce inclui as ligações business-to-business que tornam as compras das grandes empresas mais fáceis. E muitos ainda esperam que as chamadas microtransações permitam pagar pequenas quantias - umas dezenas ou centenas de reais - para acessar os conteúdos ou jogos online.

A [Simba Information](#) diz que as áreas quentes do e-commerce - no que se refere a bens tangíveis vendidos via Internet ou outros meios eletrônicos (como a televisão interativa) -, ou seja, os bens mais vendidos, são produtos de informática, bens de consumo, livros e revistas, música e produtos de entretenimento. O e-commerce veio mesmo para ficar. As previsões da [International Data Corporation](#) indicam que 46 milhões de americanos irão comprar, bens no valor de 54 bilhões de dólares em 2002. A [Forrester Research](#) prevê que as vendas resultantes do e-commerce atinjam, em 2002, quase 17 bilhões de dólares. Antecipando mais, a [Morgan Stanley Dean Witter](#) faz uma estimativa de vendas que oscila entre os 21 bilhões e os 115 bilhões de dólares, anuais, em 2005.

• Os Governos Irão Regular o E-Commerce?

No ano passado, o Senado norte americano aprovou de forma preponderante o [Internet Tax Freedom At](#), o qual impõe uma moratória de três anos para os novos impostos da Internet. Este ato impede os governos estaduais ou locais de criarem novos impostos no acesso à Internet e aos dados que circulam por essa via, proibindo também qualquer outro novo imposto sobre o e-commerce.

Os legisladores locais são os únicos que esfregaram as mãos de contentamento com o corte das ações de e-commerce, e nem todos estão à espera do final da moratória. Recentemente, a National Association of Counties, aprovou, por unanimidade, uma resolução na qual pede ao Congresso que crie um imposto sobre as vendas realizadas online.

Os governos locais estimam que já se perderam, anualmente, cinco bilhões de dólares, em encomendas por catálogo a empresas exteriores ao respectivo estado, e com o rápido crescimento do e-commerce, este número irá aumentar. Ao mesmo tempo em que tem havido alguma impaciência no Congresso, o governo federal pressiona os funcionários locais e estaduais a respeitarem a proibição contida no Internet Tax Freedom At.

É muito provável que quando a moratória expirar, a situação relativa aos impostos sofra algumas mudanças. Foi criado um comitê consultivo para trabalhar a questão do pós-moratória, e muitas idéias já estão sendo discutidas. O comitê Consultivo sobre o Comércio Eletrônico foi mandatado pelo Internet Tax Freedom At, e analisará tópicos como um pequeno imposto nacional na Internet e formas de simplificar os impostos sobre as compras online.

Enquanto o governo federal é a favor de não criar nenhum imposto adicional, por hora, os governos estaduais estão lutando individualmente pela questão. No Texas, são taxados não apenas os acessos à Internet, como também todo o dinheiro gerado pelas subscrições vendidas por fornecedores de conteúdos e ainda as comissões cobradas pelos programadores para a construção de sites. Por outro lado, o estado de Nova Iorque decretou que os acessos à Internet não são objeto de imposto sobre venda estatal nem de imposto sobre telecomunicações. Atualmente, nove estados taxam os serviços de Internet e outros seis, incluindo a Califórnia, têm moratórias sobre os impostos na Internet.

A maior parte dos estados ainda não sabe o que fazer, segundo a firma de consultoria e contabilidade [Deloitte & Touche](#), que publicou um guia global com o nome de "Taxation in Cyberspace".

Por enquanto, os fornecedores de e-commerce, como a [AT&T](#), estão tratando as compras na internet como se tratassem de vendas por catálogo. Os fornecedores cobram impostos no caso de a mercadoria ter uma presença significativa no estado onde o comprador reside. "Há muitas áreas cinzentas", reconhece James Kwock, um diretor de marketing de serviços de web da AT&T Networked Commerce Service, "mas ainda não senti qualquer pressão por parte dos legisladores."

Há um outro problema com os impostos na internet: a Internet atravessa fronteiras internacionais, com a mesma facilidade com que salta as linhas dos estados. O presidente norte-americano, quer transformar a Internet numa zona de comércio livre. O Japão concorda, mas outros países já demonstraram vontade de regulamentar a Internet. A França tenta, há muito, tornar obrigatório o uso da língua francesa nos sites, enquanto a Alemanha tem tentado reprimir a pornografia e os materiais neonazis online e a Austrália também regulamentou a pornografia. Chegar a um acordo sobre os impostos na internet pode ser o maior obstáculo a se ultrapassar.

Parte 2

• O E-Commerce é Seguro?

Embora as falhas de segurança na Internet tenham sido alvo de imensa pressão, a maioria dos vendedores e dos analistas argumenta que, atualmente, as transações são menos perigosas no ciberespaço do que no mundo físico.

Isto porque uma grande parte das fraudes com cartões de crédito se deve ao fato de os empregados das lojas guardarem os números dos cartões. O sistema de e-commerce acaba com a tentação, uma vez que os números são encriptados nos servidores das empresas. Atualmente, para os comerciantes, o e-commerce é mais seguro do que abrir uma loja, a qual pode ser roubada, incendiada ou inundada. A dificuldade está em fazer os consumidores acreditarem que o e-commerce é mais seguro para eles.

Os consumidores ainda não acreditam muito nisso, mas os peritos dizem que as transações eletrônicas são mais seguras do que as vulgares compras com cartão de crédito. Cada vez que, numa loja ou num restaurante, você paga com um cartão de crédito - e cada vez que joga fora um recibo de cartão de crédito -, está se tornando vulnerável à fraude. Mas, desde o surgimento da versão 2.0 do Netscape Navigator e do Microsoft Internet Explorer, as transações podem ser encriptadas através da utilização do Secure Sockets Layer (SSL), um protocolo que cria uma conexão segura ao servidor, protegendo a informação à medida que esta viaja pela Internet. O SSL utiliza a chave de encriptação pública, um dos métodos de encriptação mais potentes que se conhece. Se um site tiver um URL começado por *https* - em vez de começar por *http* - é porque se trata de um site que utiliza o protocolo SSL.

Os fabricantes de browsers e as empresas gestoras de cartões de crédito estão promovendo um padrão de segurança adicional chamado Secure Electronic Transactions (SET). O SET encripta os números dos cartões de crédito que ficam no servidor do vendedor de forma que só os bancos e as empresas gestoras de cartões de crédito possam lê-los.

Nenhum sistema de e-commerce pode garantir, 100 por cento, a proteção do seu cartão de crédito, mas é mais provável que você seja assaltado numa loja real do que numa virtual.

- **Como Começar a Vender Online**

Simple e baratos ou dispendiosos e complexos, a verdade é que há um vasto leque de produtos concebidos para pôr o seu site de e-commerce para começar a vender numa questão de dias ou de semanas.

Por exemplo, a [Forman Interactive](#), com sede no Brooklyn, oferece o Internet Creator por menos de 150 dólares. Este software tem uma série de instruções que o ajudam a criar páginas seguras para vender o seu produto. Mais, se as suas páginas ficarem alojadas no servidor da Forman, a empresa encarrega-se dos pagamentos eletrônicos através do [CheckFree](#). Se você está pronto para lançar-se no ramo, pode utilizar a [Yahoo Store](#), que lhe permite criar um negócio transacional na web a partir do seu browser. O Yahoo aloja o seu site e o custo baseia-se no número de itens vendidos - 100 dólares por mês para uma loja que venda 50 itens e 300 dólares por mês para quem venda até mil itens.

No entanto, a maior parte das ferramentas de desenvolvimento de e-commerce direcionadas para pequenas e médias empresas custa entre cinco mil e dez mil dólares. Normalmente incluem modelos para catálogos online e bases de dados, pelo que é simples alterar itens e preços. As procuras em bases de dados dinâmicas podem oferecer informação diferenciada, quando um item não está em estoque ou quando se trata de um item especial, e podem estar ligadas a sistemas que permitem o preenchimento de encomendas e uma grande variedade de opções de pagamento automático.

As empresas com elevado volume de vendas - especialmente as que fornecem bens leves, como artigos, relatórios, software e música na internet - necessitam de soluções industriais potentes, que custam na ordem dos dez mil a cem mil dólares, ou mais.

Claro que o preço do software é só uma pequena fração do custo de se manter um site de e-commerce. Muitos dos produtos avançados de e-commerce são utilizados por empresas exteriores para fornecerem serviços a comerciantes individuais.

A maior parte das empresa tira vantagem do e-commerce ao alojar serviços que correm em empresas como [AT&T](#), [MCI](#) e [BBN Planet](#). "Esta é uma maneira de descobrir, com um baixo risco e a baixo custo, como se faz e-commerce", diz Karl Lewis, vice-presidente para a produção na [Proxicom](#). A Proxicom é uma empresa de consultoria web que lançou recentemente um site de e-commerce da [Day-Timer](#) e uma extranet da Mobil Oil e seus distribuidores.

Utilização autorizada de conteúdos
para New Enterprise, por Marketing Net.
"Copyright © 1998-00 Marketing Net, Lda
Todos os direitos reservados."

Obs: As Partes 3, 4 e 5 deste Módulo Informativo são apresentadas integralmente na Versão 5.1.