

## Comércio Eletrônico

**Maria Bernadete Miranda**

Mestre em Direito das Relações Sociais, sub-área Direito Empresarial, pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Coordenadora e Professora do Curso de Pós-Graduação da Faculdade de Direito de Itu e Professora de Direito Empresarial, Direito do Consumidor e Mediação e Arbitragem da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis de São Roque. Advogada.

Comércio eletrônico significa muito mais do que comprar e vender mercadorias e serviços pela Internet. É a aplicação de tecnologias de comunicação e informação compartilhadas entre as empresas, procurando atingir seus objetivos. No mundo dos negócios, encontramos quatro tipos diferentes de comércio eletrônico que se combinam e se interagem, são eles: acesso à informação, serviços de comunicação interpessoal, empresas virtuais e serviços de compras on-line.

O acesso à informação é um tipo de comércio eletrônico que fornece pesquisa e capacidade de recuperação de dados de arquivos em domínio público ou a eles relacionados. Oferece serviços de informação e vende exatamente isso: informação. Versões eletrônicas de revistas como **Business Week** e **The Economist** são apenas dois exemplos de empresas que mantêm uma base de dados de artigos relacionados a negócios e cobram dos assinantes o acesso a essas informações.

Os serviços de comunicação interpessoal são métodos para organizações, ou mesmo indivíduos, com interesses comuns, para trocarem informações, “discutir” idéias e cooperar entre si. Os exemplos incluem grupos de fornecedores e clientes que, juntos, criam e chegam a especificações de produtos, arquivos atualizados sendo enviados por editores às gráficas e um computador utilizando o correio eletrônico para negociar uma entrega urgente com o fornecedor sendo utilizado por empresas, no dia-a-dia de trabalho.

As empresas virtuais são acordos em que empresas associadas, fisicamente separadas, na geografia e na especialização, conseguem integrar-se em atividades complexas como se fosse uma única empresa. Um exemplo é a verdadeira integração da **supply chain**, em que o planejamento e a previsão dos dados são transmitidos em tempo real por meio de uma cadeia de suprimentos multidisposta. Isso ocorre com a **Wrangler**, empresa que fabrica calças jeans, em

que os pedidos são automaticamente enviados ao fornecedor, todas as vezes, em que um de seus produtos é vendido (por meio de caixa registradora de uma de suas lojas).

Os serviços de compra on-line é a forma de comércio eletrônico mais conhecida, é o método pelo qual os clientes procuram e compram mercadorias ou serviços por meio das redes eletrônicas.

Os consumidores e fornecedores podem tirar proveito dos numerosos benefícios do uso do comércio eletrônico, impossíveis de alcançar por outros meios de venda de mercadorias e serviços. O número de consumidores que compram pela Internet está crescendo rapidamente. Esses benefícios, e o fato de que o uso pelo consumidor de computadores pessoais e serviços de comunicação de dados também está crescendo a taxas surpreendentes, levam os especialistas a projetar um crescimento forte no uso do comércio eletrônico como um novo método de compra, tanto para os consumidores como para as organizações.

### **Referências Bibliográficas**

ANSOFF, H. Igor. **A nova estratégia empresarial**. São Paulo: Atlas, 1993.

BLUM, Renato M. S. Opice. **A internet e os tribunais**. Disponível em: <http://www.avocatilocus.com.br>. Acesso em: 20 de abril, 2007.

CORREIA, Miguel Pupo. **Sociedade de informação e direito: a assinatura digital**. Disponível em: <http://www.avocatilocus.com.br>. Acesso em: 20 de abril de 2007.

COSTA, Ângelo Augusto. **Empresas reforçam a segurança eletrônica**. In: Gazeta Mercantil, 8 de junho de 1999. Disponível em: <http://www.modulo.com.br>. Acesso em: 20 de maio de 2008.

DAOUN, Alexandre Jean. **Os novos crimes de informática**. Disponível em: <http://www.avocatilocus.com.br>. Acesso em: 15 de agosto de 2008.

LUCCA, Newton de. **Direito & internet, aspectos jurídicos relevantes**. São Paulo, Edipro, 2000.

MARZOCHI, Marcelo de Luca. **Aspectos jurídicos da internet no Brasil**. São Paulo: LTr, 2000.

SCHOUERI, Luís Eduardo. **Internet: o direito na era virtual**. Rio de Janeiro: Forense, 2001.