



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS SOCIAIS E AGRÁRIAS
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

UM PANORAMA DA ECONOMIA DIGITAL E O E-COMMERCE

JOSÉ GEANDSON DOS SANTOS GONÇALVES

Bananeiras/PB.
2024

JOSÉ GEANDSON DOS SANTOS GONÇALVES

UM PANORAMA DA ECONOMIA DIGITAL E O E-COMMERCE

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Humanas Sociais e Agrárias, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Orientador: Prof. Danilo Raimundo de Arruda

Bananeiras

2024
Folha de aprovação

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

G617p Gonçalves, Jose Geandson Dos Santos.
Um panorama da economia digital e o e-commerce /
Jose Geandson Dos Santos Gonçalves. - Bananeiras, 2024.
28 f. : il.

Orientação: Danilo Raimundo de Arruda.
TCC (Graduação) - UFPB/CCHSA.

1. Evolução tecnológica. 2. Marketing online. 3.
Transações. I. Arruda, Danilo Raimundo de. II. Título.

UFPB/CCHSA-CHÃ

CDU 658 (042)

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso
do Bacharelado Em Administração

Aluno: José Geandson Dos Santos Gonçalves

Trabalho: UM PANORAMA DA ECONOMIA DIGITAL E O E-COMMERCE

Data de aprovação: 01 de novembro de 2024

Banca examinadora

Documento assinado digitalmente
 **DANILO RAIMUNDO DE ARRUDA**
Data: 03/11/2024 15:31:41-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Orientador Dr. Danilo Raimundo de Arruda

Documento assinado digitalmente
 **PATRICIA ARAUJO AMARANTE**
Data: 03/11/2024 16:10:17-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dra. Patrícia Araújo Amarante

Bananeiras
2024 - PB

AGRADECIMENTOS

Me lembro muito bem ao acordar as 5 horas da manhã e junto com minha Mãe ir buscar salgados (coxinhas), colocar em uma caixa de isopor, ela me ajudava a amarrar na garupa da moto, e em seguida eu viajar da cidade de Remígio para Solânea, os salgados eram vendidos na sala de aula, e assim de alguma forma ajudar a complementar as despesas que eu vinha tendo com o curso. Dedico especialmente para ela todo meu esforço para a conclusão do curso. Não fui o mais dedicado, mas fiz o meu melhor naquele momento. Tudo que eu fizer em vida ainda será pouco comparado ao que a senhora merece, darei meu melhor para te ver bem, sempre, Maria Risolene dos Santos Gonçalves. Saiba que és a pessoa que mais tenho orgulho em minha vida, te amo.

Grato ao meu amigo Edson que de alguma forma me apresentou a oportunidade de fazer parte da residência masculina RUM 4, onde na mesma conheci boas pessoas, e ao mesmo tempo obtive bons aprendizados. Uma das melhores coisas que aconteceram dentro da universidade foi a chegada de algumas pessoas na minha vida, sintam-se abraçados meus companheiros de alojamento, Edson Fernandes, Afonso Cordeiro, Daniéllo Melo, Alberto Betão, foram bons momentos, e conversas que ali tivemos, espero manter contato e proximidade no mundo a fora, dedico a vocês também.

Agradeço a Deus pela vida, e oportunidade de todo aprendizado que obtive dentro da universidade, e em toda minha vida, as vezes não entendemos muito bem os caminhos, mas acredito que aos seus planos no fim tudo se alinhe, agradeço por tudo, grato por tudo.

Danilo Arruda, meu muito obrigado por ter aceitado me orientar nesse trabalho que significa mais um ponto significativo em minha vida. Não apenas como professor, mas também como uma boa pessoa fora das salas de aulas, gratidão por tudo.

Sumário

1. INTRODUÇÃO	9
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1 Evolução Tecnológica e o Impacto na Economia Digital	11
3. METODOLOGIA	21
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	22
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
6. REFERÊNCIAS.....	27

RESUMO

O presente trabalho se propõe explorar e mostrar o avanço da tecnologia, e como a mesma veio para melhorar diversas áreas da vida. Percebe-se o quanto de comodidade, facilidade, e praticidade a mesma trouxe, isso em âmbito global. Está conectado de ponta a ponta, de um simples envio de mensagem do uso pessoal, a navegação em aplicativos, ligações, pagamentos e compras *online*. No referencial teórico é apresentada diversas evoluções que teve os aparelhos telefônicos, conexões pioneiras em dispositivos móveis, avanço dos dispositivos, transações *online*, e impacto em diversos pontos das relações sociais e de produção. A metodologia adotada foi descritiva qualitativa, quantitativa, bibliográfica, com base de pesquisas de revistas, matérias, conteúdos *online* e digitais. Em resultado e discussão, nota-se o grande avanço tecnológico, e o impacto econômico e social com o advento das novas tecnologias e a economia digital.

Palavras-chave: Evolução tecnológica, marketing *online*, transações.

Abstract

The advancement of technology is something that has come to improve all areas of our lives, it is remarkable how much convenience, ease and practicality it has brought, on a global scale. We are connected end-to-end, from simply sending a message for personal use, to browsing apps, calling, paying and shopping online. No referential theorist discusses all the evolutions that have occurred in devices, pioneering connections in mobile devices, advancement of devices, online transactions, and impact on different points in our lives. The methodology adopted was qualitative, quantitative and bibliographic descriptive, based on research into magazines, materials, online content and digital books. In result and discourse, we note the great technological advance, and the impact on an entire economy, and social impact across the globe.

Keywords: Technological evolution, *online* marketing, transactions

1. INTRODUÇÃO

A economia digital refere-se às atividades econômicas que utilizam tecnologias como computação digital, inteligência artificial e *big data* para promover produtos e serviços no ambiente digital, dependendo diretamente da *internet*. Cada vez mais, interações e trabalhos estão migrando para o digital, não apenas em alguns estados ou países, mas globalmente, sendo quase impossível não fazer parte deste mercado cuja centralidade está nos dados, uma das estratégias é o reconhecimento o quão são importantes os dados coletados pelas mesmas, isso trazendo com um ativo de grande importância para o impulsionamento de inovações que irão proporcionar e transforma o mundo (Lemos *et al.*, 2024).

Durante a pandemia de Covid-19, em 2020 e 2021, a importância da economia digital cresceu consideravelmente dadas as condições de isolamento e a necessidade de se estabelecer relações produtivas e sociais; levando a sociedade a se adaptar aos recursos oferecidos pela *internet*. Não foi só a pandemia que impulsionou esse crescimento; observa-se na história e nos dados gerados, o número de pessoas acessando a *internet* e consumindo serviços *online* já vinha em ascensão. É importante destacar que há uma clara diferença entre o mundo e o comércio antes e depois da pandemia: enquanto algumas empresas fecharam as portas, outras conseguiram alavancar seus resultados.

Para se manter no mercado, é essencial se atualizar e acompanhar a evolução da economia digital, que vai do básico ao avançado. Muitos acreditam que o petróleo é o recurso mais valioso, mas, na verdade, os dados são o maior ativo da atualidade, pois permitem que empresas direcionem seus produtos e serviços com precisão às necessidades das pessoas.

Grandes corporações como *Google*, *Amazon*, *Apple*, *Facebook* e *Microsoft* lideram a economia digital, acumulando enormes quantidades de dados globalmente, e, a partir deles gerando valor. Segundo Andrew Lewis “quando o serviço é gratuito, você é o produto” reflete bem a realidade: ao usar essas plataformas, nossos dados são coletados e utilizados para oferecer produtos personalizados no futuro.

Neste trabalho, será explorada a importância da economia de digital no *e-commerce* e seu panorama nas esferas global, nacional e regional, com foco na região Nordeste (Somostera, 2024). Muitos acreditam que apenas *sites* de *e-commerce* fazem parte dessa economia, mas mesmo o comércio tradicional, está utilizando a *internet* para operações comerciais e de pagamentos via cartão de crédito ou Pix, inserindo, portanto, na economia digital. Além das

transações financeiras, a coleta e o uso de dados também fazem parte desse ecossistema que leva as grandes corporações a gerar valor.

Vive-se numa era conectada, a era dos dados, utilizando a *internet* para atividades cotidianas como estudos, comunicação, compras e vendas. Em 2022, houve mais de 195 bilhões de transações de pagamento em tempo real no mundo, com a Índia liderando e o Brasil em segundo lugar. O Brasil tornou-se um agente global em transações aos avanços tecnológicos voltados para o sistema financeiro, um exemplo recente é a popularidade do pix (Delgado, 2024).

Entretanto, o avanço da tecnologia também trouxe um aumento nas fraudes: em 2022, 27% das fraudes ocorreram na América Latina, comparado aos 16% do ano anterior (Delgado, 2024).

O *e-commerce*, por sua vez, é o comércio realizado inteiramente *online*, sem necessidade de uma loja física, integrando-se à economia digital para oferecer experiências ágeis e eficientes em compras e vendas.

A publicidade *online* é outra ferramenta importante, movimentando bilhões de dólares globalmente em média de 800 bilhões de dólares por empresas. Contudo, a desigualdade no acesso à *internet* de qualidade e tecnologia, especialmente em áreas rurais e menos desenvolvidas como o Nordeste brasileiro, é uma barreira significativa, dificultando o acesso a informações e ao *e-commerce*, e ampliando a desigualdade econômica e intelectual (Negociossc, 2023).

O Nordeste é a porta de conectividade do Brasil para o mundo, contudo, é uma das regiões onde encontramos maior vulnerabilidade e desigualdade em termos de conectividade se compararmos com outras regiões (Lima; Arruda; Pinto, 2024).

À medida que grandes plataformas dominam o mercado, pequenas empresas enfrentam dificuldades para crescer nesse ambiente, especialmente porque dados são o novo “petróleo” onde não é um recurso esgotável (Oliveira, 2023). Além disso, o aumento do comércio eletrônico expõe os usuários a maiores riscos de fraudes e crimes cibernéticos, com muitas pessoas ainda receosas de realizar compras *online* por medo da exposição de seus dados pessoais.

Apesar de todas as transformações que a *internet* trouxe, muitos ainda não percebem o poder que ela tem. Hoje, com poucos cliques, tem-se acesso a uma infinidade de informações

que antes exigiam livros e muito esforço para encontrar. Contudo, nossos dados também estão sendo utilizados pelas grandes empresas para nos direcionar produtos e serviços de maneira cada vez mais precisa. Essa é a realidade do *marketing* e do mundo digital em que se vive hoje.

O objetivo da geral da presente pesquisa é fazer um catálogo de publicações sobre a temática da economia digital sob foco do e-commerce na região nordeste, ao mesmo tempo apresentar o baixo desempenho na inclusão de algumas pessoas, analisar o desenvolvimento, crescimento do marketing, compras online, mostrar como a mesma contribui-se para tal evolução, e coleta de dados pelas *grandes corporações de tecnologia*.

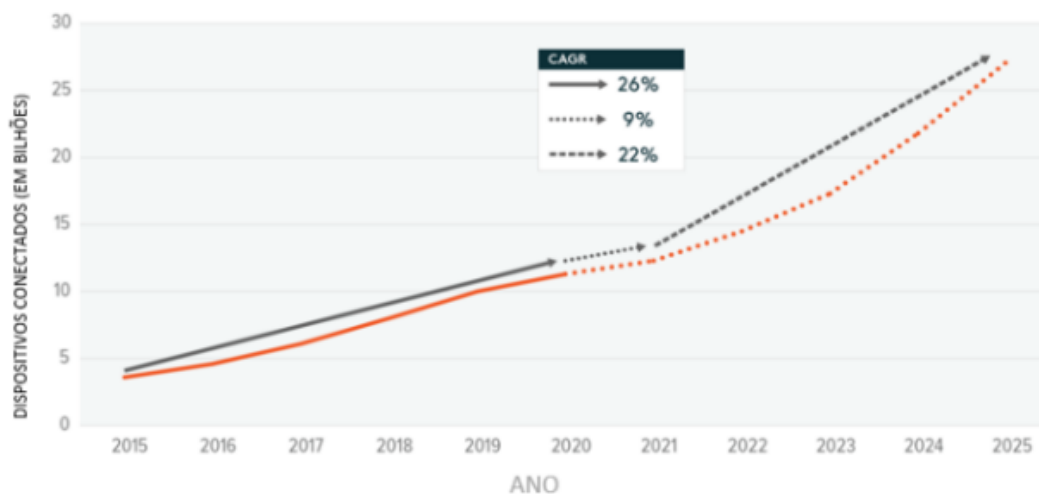
2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Evolução Tecnológica e o Impacto na Economia Digital

As tecnologias da informação podem ser definidas como o conjunto total de todas as tecnologias que permitem a produção, e propagação de informações, como também tecnologias que permitem comunicação entre pessoas. Com o avanço da tecnologia, surgiram novas tecnologias que vem sempre facilitando nossas vidas, e propagando conhecimento pelo mundo, independente da distância geográfica (Rodrigues et al, 2014).

Segundo Pacievitch (2014), desde os nossos primórdios, sempre nos comunicamos de alguma forma, através de gestos, símbolos, sons, pinturas, rituais, atualmente uma das formas que mais nas comunicações é através da tecnologia, onde trocamos mensagens, assistimos conteúdos, compartilhamos informações, fazemos ligações, assistimos aulas, e muito mais, tudo isso com a implementação e evolução das tecnologias. No mundo dos negócios, e indústrias, os conjuntos das tecnologias emergem diretamente das TICs, incluindo *software* e *hardware*. A grande população de TICs ocorreu com o surgimento e difusão da internet.

FIGURA 1 – Crescimento de dispositivos conectados



“No âmbito global, o número de dispositivos IoT conectados deve aumentar de 11,3 bilhões em 2020 para 27,1 bilhões em 2025”.

Fonte: Dados de análise de IoT (2021).

Assim com todo avanço, a TICs e sua evolução trouxeram e vem trazendo diversos benefícios para o homem e seu dia a dia, principalmente na área educacional. Alguns anos atrás nossa maior fonte de conhecimento eram os livros, hoje ainda utilizamos com muito proveito, mas é inegável que com alguns cliques em uma pesquisa no google, e outras fontes de dados nos tragam todas a informações que precisamos, claro que ao mesmo tempo precisamos selecionar e averiguar todas a informações ali encontradas. Computadores, tablets, smartphone, são alguns meios onde podemos nos conectarmos com a internet nos dias atuais, todos citados anteriormente já passaram por diversas mudanças e alterações tecnológicas, quem imaginaria que um computador que antes era do tamanho de um quarto, hoje cabe simplesmente em cima de uma mesa poucos centímetros, o avanço tecnológico nos traz evolução.

Lévy (1993) afirma que, novas maneiras de conviver e pensar estão sendo elaboradas no mundo da telecomunicação e da informática, dessa forma tornam a integração cultural, e a troca de conhecimento e informações com todo mundo. Pegar referência do livro ainda atualmente temos computadores basicamente na palma de nossas mãos, onde temos uma tecnologia de ponta que possui, câmera, acesso à internet, músicas, vídeos, transferências de dados, e muito mais. Mas, claro que isso não se deu início ao celular dessa forma, como toda história se tem um início, o celular também teve, e em 1973 houve a primeira ligação feita por um telefone portátil, sendo o responsável por esse feito o Martin Cooper, engenheiro da

Motorola, onde na época o aparelho pesava 1,1 Kg e tinha 25 centímetros de altura, sua bateria durava 30 minutos, e precisava de 10 horas de carga para voltar a funcionar, por mais que parece um absurdo, foi assim que se deu o início dos aparelhos celulares.

No ano de 1983, a Motorola lançou o DynaTAC, primeiro celular comercializado ao público, custando cerca de USD 4.000,00, e era um símbolo de status. Em 1990 a segunda geração de celulares foi introduzida e introduzindo a tecnologia digital, melhorando a qualidade das chamadas e aumentando a capacidade das redes para (2G), e assim permitindo o envio de mensagens de texto (SMS). Ainda assim, o tamanho dos celulares ainda não estava dos melhores, eram muito grandes e até desconfortáveis para transportá-los, mas esse ponto foi sendo melhorado aos poucos. Nos anos 2000 houve o surgimento da internet móvel para os telefones, permitindo a navegação na web, envio de *e-mails*, uso de aplicativos.

Em 2007, a Apple redefiniu completamente o conceito de smartphone, onde o iPhone combinava um telefone, um *Ipod* e um navegador de internet, isso tudo em um único dispositivo, e com uma interface touchscreen, uma total revolução. Depois dessa revolução o mercado nunca mais foi o mesmo, tivemos um crescimento exponencial em sistemas operacionais Android, sistemas do Google e iOS.

Já em 2010, explosão dos aplicativos e redes sociais, chegada no 4G, mais velocidade em processamento dos smartphones, conectividade em alta velocidade. Lembrando que a cada geração que se passava os aparelhos celulares ficam mais finos, leves, e com mais funções, trazendo facilidades para milhões de usuários. *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, e mais alguns outros eram encontrados na *Play Store*, trazendo entretenimento, socialização e monetização.

Nos anos de 2020 até os dias de hoje, os smartphones continuam a evoluir, ainda mais com o avanço das inteligências artificiais, câmeras de alta resolução, reconhecimento facial e realidade aumentada. Neste mesmo período a integração com outros dispositivos já era algo totalmente implantável, smartwatch, assistentes de voz, armazenamento em nuvens, celulares mais leves, compactos, é algo que está totalmente ao nosso alcance nos dias de hoje.

Os dispositivos de comunicação móvel passaram a se tornar um elemento central em nossas vidas, do acordar ao adormecer, estamos sempre com os celulares na mão, buscando informações, assistindo vídeos, trocando mensagens, fazendo compras, se cadastrando em plataformas e aplicativos, e muito mais (Renato, 2022).

Assim como toda tecnologia, as conexões mobile também tiveram seu início, e avanço a primeira conexão surgiu com o objetivo de possibilitar ligações de voz em aparelhos sem fio, e possibilitando a execução de chamadas em movimento, mesmo assim ainda possuía uma baixa capacidade de tráfego e pelo alto custo, não se sabia qual era o potencial de crescimento da nova tecnologia, por esse motivo não houve uma padronização de sinais, para cada área e País o sinal era diferente.

Em seguida o sistema de telefonia móvel foi adotado pela primeira vez nos Estados Unidos, e tendo como desenvolvedoras a *Bell labs* e Motorola, sendo implementado em 1983, o mesmo padrão foi implementado em Países da América, entre eles o Brasil. Um fato interessante é que o primeiro homem que foi à lua comunicou-se com a terra utilizando a tecnologia 1G, esse foi um grande divisor de águas, onde a partir daí possibilitou o avanço da mobilidade telefônica.

Como o homem busca sempre está se desenvolvendo, e aperfeiçoando a performance daquilo que é criado, a conexão 2G foi mais um passo dado para o avanço, os Estados Unidos criaram os padrões IS-54, IS-136, e IS-95, para aumentar a capacidade de tráfego, diferente da Europa que preferiu unificar os padrões criando o Global System, que possibilitou a massificação dos celulares. O foco principal com o 2G era oferecer telefonia móvel aos usuários. Como a GSM que se tornou referência da segunda geração, ela pode ser dividida em três fases, SMS, dados síncronos e assíncronos, já na segunda passou a oferecer serviços de e-mail, ampliação no número de usuário, na terceira iniciou-se a implementação dos pacotes de dados com altas taxas de transmissão, que conhecemos como GPRS (padrão de transmissão de rádio por pacote) 3G, a terceira gera do sistema móvel de telecomunicação universais, foi a primeira tecnologia que surgiu na internet móvel, chegando a ser utilizada no Brasil em 200 em planos ofertados pela operadora Claro. Múltiplos acessos por divisão de códigos foi a implementação baseada no *Wideband Code Division Multiple Acces*, dessa forma permitindo a realização de vídeos chamadas, a comunicação VoIP, acesso a TV pelo próprio celular, além do aprimoramento dos recursos de envio de e-mail e SMS.

No ano de 2010 o mercado conhece o 4G, trazendo conexão mais rápida e estável, conhecida também como LTE – evolução a longo prazo, o 4G é um dos padrões, mais avançados do mercado atualmente, a velocidade de navegação depende da compatibilidade do aparelho utilizado, mas pode chegar a 300mbps de downloads. Um dos pontos, e avanços que o 4G permitiu foi que o mercado dos games tivessem mais usabilidade com esse tipo de conexão, e não dependendo apenas de uma rede fixa de conexão.

O objetivo do 5G é expandir a rede de conexão móvel para um outro nível, abandonando todos os outros tipos, a tecnologia sempre buscando a evolução e contribuindo para nossa melhor usabilidade. A capacidade de latência comparando com tecnologias de conexão anteriores, a conexão 5G possui velocidade de 10 a 20 vezes maior, resultando em comunicação sem latência, ou seja, sem atrasos de conectividade e transmissão em tempo real. Esse avanço contribui diretamente ainda mais para a economia de bateria dos dispositivos (Lago, 2021).

Hoje podemos utilizar a conexão 5G para conectar o máximo de dispositivos possíveis ao mesmo tempo, podemos ampliar a conexão para dispositivos dos mais diversificados tipos, celulares, geladeiras, carros, televisores, equipamentos de segurança, e vários outros tipos. Quando imaginávamos que poderíamos ter uma conexão estável com pessoas do outro lado do mundo utilizando conexões de dados móveis. Comparando a outros tipos de conexão, o tempo de upload e download de um dado será 1 milissegundo, a transferência de dados do 5G está acima de 10 Gbps.

Se trouxermos todos esses dados em utilidades do nosso dia, se decidíssemos assistir um filme em HD, uma rede 4G baixaria um filme de mesma duração de uma hora em 6 horas, já na internet 5G, um filme com a mesma duração para baixar esse filme demoraria apenas 6 segundos, tal velocidade agiliza não apenas essa parte, mas todas as outras conexões online.

No ano de 2020 as operadoras vivo e claro iniciaram os primeiros testes envolvendo 5G com a tecnologia DDS, seguidas pela Tim, começou a disponibilizar a rede em setembro. Lembrando que apenas dispositivos compatíveis conseguem fazer tal conexão (Sbrissia, 2021). Dessa forma mostrando a evolução que o homem sempre teve em se desenvolver e buscar evolução e melhorias.

FIGURA 2 – Medidas centrais e dispersão dos atributos contínuos

Ano	Tecnologia	Velocidade
1982	1G	2.4 Kbps
1992	2G	64 Kbps
2001	3G	2000 Kbps
2012	4G	10000 Kbps
2020	5G	1000000 Kbps

Fonte: HORAS; PINTO; FILHO, (2024).

Os conceitos matemáticos e maquinário atrás dos computadores modernos surgiam de uma longa evolução que remontou séculos atrás. No começo do século 19, o matemático

britânico Charles Babbage criou a primeira máquina de calcular de maneira automática. O primeiro conceito de um computador mecânico, conhecido como Máquina Analítica. Sua arquitetura teórica introduziu princípios fundamentais, como a separação entre a memória e na unidade de processamento, porém nunca foi de fato concluída.

O Integrador Numérico Eletrônico Integrador Numérico e Computador, o ENIAC, foi desenvolvido nos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial e às vezes é citado como o primeiro computador.

Ele ocupava uma sala inteira e era capaz de realizar cálculos difíceis em uma velocidade muito mais rápida do que os métodos manuais e convencionais.

Décadas de 1950 e 1960, tornando os computadores menores, mais rápidos e mais confiáveis. Uma etapa essencial para a democratização dos computadores foi a década de 1970. O desenvolvimento dos primeiros computadores pessoais foi possibilitado do invento do microprocessador, que é fundamentalmente um computador em um único chip.

Transformados em ferramentas essenciais para comunicação, negócios e entretenimento ao longo dos anos 1980 e 1990, graças à popularização da internet. Surgiram sistemas operacionais mais fáceis de usar, como o Microsoft Windows, o que ajudou a aumentar o uso de computadores em residências e empresas surgiram sistemas, como o Microsoft Windows, que ajudaram a aumentar o uso de computadores em residências e empresas.

As tecnologias móveis avançaram e o computador revolucionou, começando no século XXI. *Tablets e smartphones*, que tem significado.

Com o advento da praticidade foi necessário a criação de plataformas para deixar mais ainda a vida dos usuários eficientes, levando a comodidade de transações e facilidade de compras online, sendo as plataformas um tipo de serviço, e não um produto, cada uma delas possui características específicas para cada produto, ou serviço que deseje desenvolver na mesma.

Antes para se montar um site do zero era necessário que contratássemos um programador, ou se caso desejássemos nós mesmos desenvolver, precisaríamos entender de alguma linguagem em programação. Com o passar do tempo foi se vendo o crescimento do mercado, e a necessidade, novos meios de desenvolvimento, e plataformas foram sendo desenvolvidas para facilitar e agilizar esse processo de criação, uma das mais utilizadas é wordpress, onde na mesma se possui plugins que facilitam muito a criação de um site, apenas

arrastando e utilizando os *templates* disponibilizado, seu site estará pronto em poucos minutos, coisa que se fosse feita a parte de uma programação do zero, levariam diversas horas, e até meses para ficarem prontos. Um bom outro exemplo é o facebook, uma das maiores plataforma utilizadas em todo mundo, e que dentro dela podemos ter diversas utilidades.

Plataformas são redes orquestradas por um controlador, que pode ser uma empresa, ou qualquer outra organização, que possibilitam a interação entre dois ou mais grupos, marketplace (feira em inglês) que serve para pessoas fazerem negociações, e vendas, no meio físico onde muito se acontece é em um shopping center. O administrador aluga as lojas e mentem toda uma boa estrutura para que os comerciantes possam se encontrar com os possíveis clientes que realizem negócios entre eles.

Amazon, *Google*, *Uber* e *AirBnb* são alguns exemplos de negócios online, que usam plataformas digitais para conectar serviços e pessoas de forma muito mais rica e dinâmica (Portalinsights, 2024).

A economia digital surgiu por volta da década 1990, no segmento comercial – o e-business, e no segmento público com o e-commerce - sites dedicados a compras de matérias-primas e insumos industriais. No final dos anos 90, o crescimento da economia digital provocou a bolha de expansão em que o segmento parecia mergulhado em investimentos altos com reflexos no mercado de mão-de-obra. A bolha da internet estourou logo depois. Mesmo com a bolha da internet, no mercado norte americano, a internet continuava sua expansão pelo mundo. Com uma estimativa de 2 bilhões de usuários, já no final de 2011.

Não existem mais fronteiras entre as diversas formas de mídia, sejam elas de televisão, rádio, jornais e outras formas de comunicação. A internet proporciona o acesso virtual a todas estas formas de mídia. Em nosso País, o comércio eletrônico cresceu com o mercado livre, sites do Submarino, Americanas.com, e com a ajuda de pequenas empresas. Para estabelecer uma estrutura básica de funcionamento para o comércio eletrônico, procura-se estabelecer um padrão de qualidade, com prazo de entrega e comprovação do recebimento por parte do comprador, mas, Economia digital ainda não tem um conceito totalmente formado, podemos acentuar que economia digital é a troca de valor, ou de outra forma, é uma troca de visualização por produtos, estados unidos, e china são países que mais estão concentrados na economia (Fagundes, 2016).

No Brasil, o e-commerce seus primeiros registros ocorreram em meados de 1995 com a chegada da internet comercial, no entanto, os primeiros registros no mundo ocorreram nos anos

70 quando Michael Aldrich mostrou que era possível que a compra online fosse possível. Dos anos 70 até os dias atuais, houve mudanças tecnológicas com o surgimento de novas tecnologias seja em novos celulares, computadores, tipos de plataforma de internet, formas diversas de colocar sua loja online no ar, outras tecnologias foram surgindo com o decorrer do tempo, e das necessidades que surgiram ao longo desse tempo.

Segundo Costa (2022) o grande boom da loja online aconteceu no ano de 2018 onde as compras pela internet cresceram 4,7% em lojas varejistas; 58 milhões de consumidores brasileiros efetuaram pelo menos uma compra pela internet; em 2019, o comércio eletrônico representava 5% de e-commerce no brasil. Já em 2020 com a chegada da pandemia, e todas as mudanças que ocorreram - lojas fechando, isolamento social, pessoas contaminadas etc., - ocasionou uma mudança de atitude que fez com que 13 milhões de brasileiros fizessem sua primeira compra pela internet.

IMAGEM 3: A quantidade de *shoppers* ativos no canal acompanha a dinâmica de vendas e Alimentos e Bebidas foi o grande impulsionador nesse cenário.



Fonte: NIQEBIT (2024).

Com a revolução da informação ou revolução tecnológica, a internet exerce uma forte influência nos negócios, tanto físico quanto digital. A revolução tecnológica tem provocado várias mudanças no nosso cotidiano, e no ambiente de negócios. A internet está se tornando a principal mídia da economia digital, e vem exercendo forte impacto na vida das pessoas e das empresas.

Não existem mais fronteiras entre os tipos de multimídias, sejam elas de televisão, rádio, jornais e outras formas de comunicação. A internet proporciona o acesso virtual a todas estas formas de mídia em poucos cliques. No Brasil, o comércio eletrônico cresceu com o Mercado

Livre, sites do Submarino, Americanas.com, e com as pequenas empresas. Para estabelecer uma estrutura básica de funcionamento para o comércio eletrônico, procura-se estabelecer um padrão de qualidade, com prazo de entrega e comprovação do recebimento por parte do comprador.

Nas mídias eletrônicas, os compradores podem acompanhar a veiculação, e as empresas irão utilizar de novos canais de comunicação, como as redes sociais, para divulgar as suas campanhas de marketing, as novas plataformas de vídeo game, as transações financeiras compatíveis com recursos mais avançados de celulares e internet, a terceira geração de telefones celulares.

O marketing digital ganha importância pela própria expansão do e-commerce ou comércio eletrônico, atividade comercial entre fabricantes, fornecedores, intermediários e consumidores finais.

O uso da internet para descobrir o que os clientes querem, lançamento de novos produtos, descobrir o que os concorrentes estão fazendo, gerar publicidade e usar o feedback dos clientes para modificar e lançar novos produtos, ajuda a melhorar a imagem da empresa e a sua marca no mercado. Quando se fala em produto, a maior vantagem da Internet é a customização deles, de acordo com o perfil do cliente. No site da empresa, o cliente cria a configuração de um computador, por exemplo, da maneira que ele deseja. Pelo site, o cliente pode colocar todos os acessórios que ele deseja que o produto contemple.

O mundo digital é o Web marketing, o marketing que utiliza como ferramenta básica a WEB. Qualquer usuário de computador plugado na rede mundial tem acesso a infinitos dados. A interatividade, a customização e o fim das distâncias físicas, são elementos de benefícios da era digital (Fagundes, 2016). Empresas que não estavam no digital se sentiram na obrigação de ir para o mundo online para não declararem falência, e continuarem atuando no mercado de alguma forma. Isso trouxe reflexos significativos do mercado, a ponto que apenas no ano de 2022 a modalidade de e-commerce no Brasil foi de 262 bilhões de reais (E-commercebrasil, 2023).

Em meio a esses dados iniciais, já é notável o quão influenciável é para a economia no âmbito geral. No decorrer deste processo e no desenvolvimento mercadológico advém com uma variedade cada vez maior dos nichos, produtos e serviços que são postos para o nosso consumo. Do básico ao avançado, no comércio pela internet acharemos, sem falar da competitividade de

preços, o lugar em que as pessoas podem comparar os preços em lojas virtuais de diversos segmentos.

No ano de 2000 foi identificado a primeira publicidade em forma de banner, aponta Zeef e Aronson, tal ocorrido aconteceu no dia 27 de outubro de 1994, quando a empresa AT&T comprou espaço publicitário no site da HotWired da revista Wired muitas pessoas não sabem como as plataformas ganham dinheiro, ou como funciona a monetização uma das principais forma é a venda de espaços de publicidade, onde pode-se segmentar o público que desejamos mostrar nossos anúncios. Um dos primeiros modos de publicidade foram os banners, e pop-ups, além de mensagens via sms e e-mail.

Com a chegada da internet nos anos 90, poucos anos depois o mercado já foi conhecendo o marketing digital, onde empresas começaram de alguma forma investindo e anunciando, e fazendo trocas de dados, monetários com o marketing digital (Portalinsights, 2024).

Pagamos para a plataforma que desejamos fazer esse investimento, e ela disponibiliza espaço nossos anúncios aparecerem, podemos selecionar o público que desejamos alcançar (idade, sexo, local, interesses, tipo de dispositivo) dentro do gerenciador de anúncios temos acessos aos dados (número de pessoas alcançadas, público que mais teve interesse, custo por click, e vários outros dados importantes) assim podemos alinhar para sempre buscarmos os melhores resultados.

Milhões de sites e-commerce estão no ar nesse exato momento, não podemos esquecer que a internet é um “grande oceano” e justamente pelo tamanho, aqueles que mais tem destaque são aqueles que possuem mais visibilidade. É quase que impossível se ter um retorno em e-commerce sem investir em anúncios online, podemos trabalhar de forma orgânica, mas o caminho é bem mais difícil.

Tráfego orgânico é algo que acontece de forma espontânea, e você não precisa pagar com valor monetário para aparecer. Por exemplo, uma postagem do seu dia a dia, ou até mesmo do seu produto, ou serviço, algumas pessoas que o seguem poderão conseguir ver suas publicações, entretanto nem todas poderão acompanhar pois o algoritmo não consegue entregar para todas as pessoas de forma eficiente e direcionada.

Inicialmente todas as plataformas têm uma boa entrega de conteúdos, mas com o aumento dos usuários, o algoritmo não consegue entregar de forma orgânica, e as pessoas que desejam ter maior alcance, direcionar para seu público-alvo, terão que investir em tráfego pago.

Uma vantagem do tráfego orgânico é o baixo custo de investimento de alguma forma você terá mais trabalho e investirá seu tempo para melhorar de forma orgânica. Já a desvantagem é que o tempo de resposta costuma ser mais longo. É um trabalho de longo prazo, que exige dedicação e tempo para planejar e produzir conteúdo de qualidade que atraia a atenção do público.

Tráfego pago é onde você paga realmente para aparecer para seu público-alvo, podemos dizer que é um pulverizador, ou até mesmo uma panfletagem online, e que você tem como objetivo, e potencializar suas vendas. Você pode aparecer para quem quiser, onde quiser, e quando quiser.

Muitas pessoas não sabem, mas é dessa forma, e através da publicidade dentro das plataformas que elas ganham dinheiro. Para gerar leads qualificados, ou seja, seus potenciais clientes, o tráfego pago é a opção mais fácil. Isso porque os anúncios aparecem nas primeiras posições dos motores de busca. Além disso, quando você cria uma campanha de anúncios, é possível definir a segmentação de perfil, geopolítica e outras (Sebrae, 2022).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho foi desenvolvido com base na metodologia descritiva qualitativa, bibliográfica em materiais que foram publicados de matérias em revistas, artigos e trabalhos já publicados e páginas web sobre Economia Digital, Economia de Dados, direcionado para a área de e-commerce na região Nordeste, caracterizando como uma pesquisa descritiva, com objetivo principal descrever as características de determinada população, características ou o estabelecimento de relações entre variações. No contexto deste trabalho, buscamos compreender e detalhar os aspectos relacionados à temática da economia digital e dados, com foco no e-commerce

A economia de dados hoje só é possível ser discutida pelo avanço que se teve no âmbito tecnológico, cabe ressaltar, o desenvolvimento da apresentação das informações sobre esse ponto, foram desenvolvidos também através de materiais que foram publicados em páginas da *web*, onde se apresentam dados com veracidade sobre os fatos.

Esse tipo de pesquisa nos permite observar e analisar, fatos e dados sem manipulá-los, passando a identificar padrões, comportamentos, e características que nos ajudam a entender quais caminhos estamos tomando, pontos que devemos nos atentar, e buscar melhorar para melhora da nossa qualidade de vida. Foram utilizados dados tirados de publicações, estudos, e

relatórios sobre o tema, que forneceram uma base para a análise descritiva realizada ao longo desse trabalho.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diante de todas as pesquisas feitas e análise, é notável que o mercado online é promissor, e que a cada dia que se passar, teremos ainda mais necessidade em utilizá-lo em nosso dia a dia, tanto para atividades básicas quanto avançadas. Com os dados apresentados, e comparações anuais, com regiões específicas, o Nordeste é uma das grandes Regiões com notoriedade em movimentações de forma online.

Sim, a utilização da internet já era feita de alguma forma, mas, foi na pandemia onde o pico de utilização chegou a seu maior patamar em toda história, tanto para entretenimento, quanto para o desenvolvimento. Empresas chegaram a falir ao não se adaptarem a esse ambiente, e necessidades exigidas para se enquadrarem, ao mesmo tempo, empresas cresceram ainda mais, possibilitando seu valor de mercado, e oferecendo acesso a produtos que nem mesmo a pessoa sabia que precisava.

O marketing Digital revelou o seu poder, mostrando o quão promissor pode ser na área que foi implementado, tudo isso feito em conjunto com as *Big Tech*, e a compra de dados/anúncios online.

Segundo o site *E-commerce Brasil* (2024) a previsão de compras online devem aumentar 20,73% no próximo ano, e isso acarretará desenvolvimento em comércios que estão nesse meio digital, sendo uma oportunidade de entrada no mercado para estabelecimentos que já atuam fisicamente.

Vilar (2020) revela que o Brasil no ano de 2020 cresceu 75,5% entre janeiro e agosto e em meio esse crescimento a região nordeste se destacou sendo o local que mais teve aumento no número de vendas, demonstrando o potencial que aumentou 108% no ano de 2020 em comparação ao ano de 2019.

A elevação do número de aquisições no território nacional registrou um crescimento mais expressivo, totalizando um aumento de 80% em comparação ao ano anterior, ainda que o valor médio gasto pelos consumidores tenha caído de R\$414,00 para R\$403,60. Após a região Sudeste, os habitantes do Nordeste se destacam como os principais contribuintes para o incremento da receita do segmento, representando 14,4% do total faturado.

No estudo, a ABComm destacou ainda que 150 mil lojas já participaram de vendas pela internet em todo o país, principalmente lojas das categorias de moda, alimentação e serviços. Os produtos que registraram maior crescimento de lucro foram camas, mesas e banheiras; comida e bebida; e móveis (ver tabela completa no final da matéria).

O número de entregas no Nordeste aumentou 500% em agosto e setembro deste ano em relação ao início da epidemia em março. Para concluir a obra, a empresa contratou 300 pessoas, das quais 200 vieram das sedes de Salvador e Recife, também fornecendo mais 20 caminhões para a região.

Durante 2020, serão instaladas pelo menos cinco novas concessões na região Nordeste para atender a demanda. “Estamos ouvindo no mercado brasileiro a tendência observada na Europa de aumento de pedidos online. As pessoas buscam comodidade e evitam sair de casa, as compras online aumentaram exponencialmente, incluindo tudo, desde bens de consumo básicos e produtos de limpeza até bens de consumo duráveis, como computadores e produtos de higiene pessoal, entre outras coisas”, disse Bruno Tortorello, *CEO da Jadlog*. Mercado Livre, Amazon, Revista Luiza e M.Martan.

TABELA 1: Nichos com Maior Crescimento de Vendas Online (janeiro-agosto 2020 vs. 2019).

Nicho	Crescimento (%)	Faturamento (R\$)
Camas, Mesas e Banho	+163,4%	850 milhões
Alimentos e Bebidas	+141,5%	1,10 bilhão
Móveis	+132,3%	5,06 bilhões
Brinquedos	+124,03%	600 milhões
Eletrodomésticos	+111,7%	1,29 bilhão
Móveis Domésticos	+100,2%	1,81 bilhão (USD)
Decoração	+99,9%	410 milhões
Beleza e Perfumaria	+99,2%	3,39 bilhões
Crianças	+94,1%	76 milhões
Telefones	+93,9%	14,59 bilhões

Fonte: Correio24horas, 2020

Como mostrado, é notável ver o crescimento e desenvolvimento de vários nichos, e de todo o mercado, do básico ao avançado, produtos, serviços, e utilidades, de tal forma trazendo um avanço económico, e tecnológico de forma global. As compras se inclinam a cada vez mais serem realizadas de forma totalmente *online* via e-commerce.

TABELA 2: Regiões Brasileiras com Maior Aumento de Faturamento em Vendas Online (janeiro a agosto 2020 vs. 2019).

Região	Crescimento (%)	Participação na Receita Total
Nordeste	+108%	14,4%
Norte	+78,4%	2,8%
Sudeste	+68,9%	60%
Centro-Oeste	+64,8%	6,5%
Sul	+59,3%	13,3%

Fonte: Correio24horas, 2020

Esses dados mostram o impacto significativo nas vendas online, com destaque para os setores de móveis e eletrodomésticos e a maior expansão no Nordeste (ECOMMERCEBRASIL, 2023).

Em 2018 o teve um faturamento de R\$7 bilhões, alcançando uma representatividade no comércio online de 13,2% e o maior crescimento comparado a todas as demais regiões do país. Totalizando 27% em crescimento comparado ao mesmo período de 2017.

Analisando os números dos últimos anos, a região Nordeste obteve progressos notáveis no desenvolvimento do comércio eletrônico. Este é um mercado potencial tanto para grandes varejistas que atuam no setor digital quanto para pequenas e médias empresas que atuam na área de comércio online no Brasil.

Nesse período, as vendas no online costumam ser menores se comparadas à segunda metade do ano, onde temos datas sazonais como o Dia dos Pais, Semana do Brasil, Black Friday e Natal. Ou seja, o Nordeste do país definitivamente é uma região forte no consumo do Brasil. Isso é um incentivo para que empresas de todos os setores, e não apenas do e-commerce, façam investimentos e busquem alcançar cada vez mais esse público.

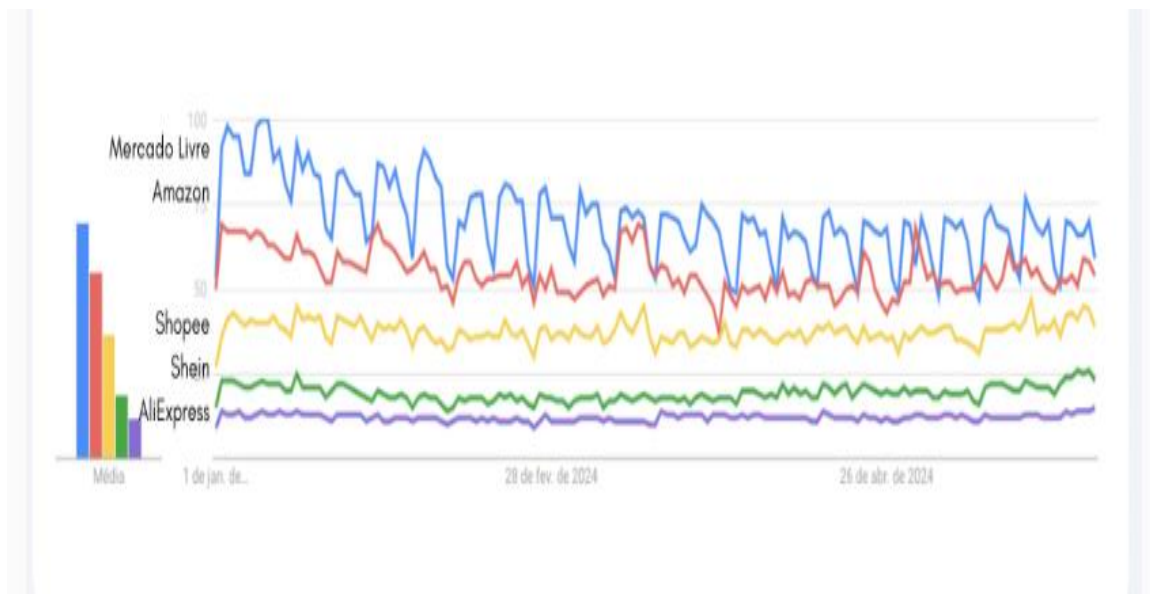
O relatório *Webshoppers de 2020, da E-bit/Nielsen*, destacou o crescimento das regiões Norte e Nordeste no comércio eletrônico, colocando-as em primeiro e segundo lugar em relevância estratégica. Em 2019, o Nordeste representou 18% do faturamento nacional, com um aumento de 107% nas vendas, enquanto o Norte atingiu 7%, com crescimento de 93%. Esses números reforçam a importância desses. Esse avanço contínuo nos anos seguintes. Segundo o índice MCC-ENET, do Movimento Compre & Confie e camara-e.net, no primeiro trimestre de 2022, o Norte cresceu 27,02% e o Nordeste (Ecommercebrasil, 2023).

Com o *boom* da digitalização pós pandemia, algumas pessoas acreditam que as lojas físicas chegariam a quase que um fim, ou que perderia boa parte do seu desenvolvimento, e importância, mas, a verdade é que estudos recentes que foi realizado juntamente com a *Euromonitor*, mostrando uma outra perspectiva. As vendas no varejo da América latina diminuiram durante a pandemia, isso devido a parte do isolamento social, ao mesmo tempo as compras online via e-commerce aumentaram 54% com picos de 87% em países como o Peru, e de 61% no Brasil. Tudo indica que, até 2025 terá um aumento na parte de e-commerce de 42% no Brasil, e também representará 39% do crescimento total de suas vendas no varejo.

As lojas físicas continuarão ocupando um lugar importante na jornada das compras, mas, os varejistas precisarão melhorar a experiência do consumidor, isso tanto em espaço, quanto no atendimento. Lembrando que, investir em tecnologia, e anúncios online será fundamental para oferecer uma experiência diferenciada (Gomez; Aramburu, 2021).

O mercado livre é o primeiro e-commerce mais buscado no ano de 2024 no google no primeiro semestre de 2024, pelo Google trends, esse dado foi mostrado em estudos, e analisando cinco grandes nomes de plataformas de vendas online, Mercado Livre, *Amazon*, *Shopee*, *Shein* e *AliExpress* (Ecommercebrasil, 2024)

Imagem 3: Mercado Livre é o e-commerce mais buscado no Google no primeiro semestre de 2024



Fonte: GOOGLE TRENDS (2024).

Como em todo mercado, existem empresas que mais se destacam, no mercado online não é diferente, possuímos como apresentado, o Mercado livre nesse primeiro semestre de 2024 como destaque principal em procuras e destaquem em vendas *online*.

Os impactos das compras online são notável em nosso dia dia, tanti nas empresas que mais se destacam como em empresa menores, e até empresas e negócios locais, vale lembrar que mesmo com o avanço da mesma, empresas físicas não deixarão de existir, mas, é de extrema importância se adaptar ao mercado e consumidores.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desse trabalho é catalogar a internet associada a tecnologia, e modelos de negócios é um grande avanço para o avanço da sociedade, isso tanto para empresas físicas, tanto para empresas totalmente *online*, tal ponto é de extrema importância para toda economia global. Ao mesmo tempo trazer a temática da economia digital sob foco do e-commerce na região nordeste, apresentar o baixo desempenho na inclusão de algumas pessoa, analisar o desenvolvimento, crescimento do marketing, compras online, mostrar como a mesma contribui-se para tal evolução

A cada dia que se passa a sociedade busca por comodidade, praticidade para fazer compras, e os e-commerce trouxeram justamente isso, tivemos um grande desenvolvimento e destaque em todo o Brasil, contudo região do nordeste como foi apresentado é uma área onde mais estamos tendo destaque e desenvolvimento nessa parte aqui no Brasil.

Juntamente com a ajuda dos anúncios *online*, a potencialização dos resultados, alcance, aumento de faturamento é bem maior. O marketing digital possui ferramentas aonde associadas a uma boa estrutura, estratégia e investimento, os resultados são inevitáveis.

Algumas décadas atrás acharíamos que toda essa evolução tecnologia seria impossível, mas é notável que já evoluímos muito, e ainda vamos ver um grande avanço nessa parte, assim como foi a evolução do 1G ao 5G, tal evolução trás avanços incalculáveis em nível global, ao mesmo tempo trazendo mais praticidade, comodidade, e facilidade para diversas atividades. A medida que o tempo passa, a sociedade busca soluções para os desafios do dia a dia, a tecnologia, economia digital, e e-commerce, emerge como uma força transformadora, aumentando a cada dia que se passa tal evolução e melhorias.

6. REFERÊNCIAS

COSTA, Marina. **Com Pandemia vendas pela internet crescem 27% e atingem R\$: 161 bi** em 2021. em.com., 2022. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/02/02/internas_economia,1342064/com-pandemia-vendas-pela-internet-crescem-27-e-atingem-r-161-bi-em-2021.shtml>. Acesso em: 19 de setembro de 2024.

DELGADO, Cecília. **Brasil é o 2º país com mais transações em tempo real no mundo, indica ACI Worldwide**. CONSUMIDOR MODERNO. 3 de abril de 2024. Disponível em: <https://consumidormoderno.com.br/transacoes-em-tempo-real-pix-aci/>

E-COMMERCE fatura R\$:262 bilhões em 2022. E-commerce brasil, 2023. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/e-commerce-fatura-r-262-bilhoes-em-2022>>. Acesso em: 07 de julho de 2024.

ENTENDA a diferença entre tráfego orgânico e tráfego pago. SEBRAE, 2022. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-a-diferenca-entre-trafego-orgnico-e-trafego-pago,b8989a4873722810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Tr%C3%A1fego%20org%C3%A2nico%20%C3%A9%20o%20que,pelos%20Insights%20de%20redes%20sociais>> Acesso em: 19 de junho de 2024

FAGUNDES, Rosival. **O futuro da economia digital**. Administradores. 2016. Disponível em: <<https://www.administradores.com.br/artigos/o-futuro-da-economia-digital>> Acessado em: 20 de julho de 2024.

FUCKS, Renata. **Quem inventou o computador?** Os inventores mais importantes na criação do computador, 2024. Disponível em: <https://www.ebiografia.com/inventores_computador/> Acessado em: 22 de junho de 2024.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. ufsm.br, 1993. Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/413/2018/12/arte_tecnologias_informacao_comunicacao.pdf> Acessado em 19 de Julho de 2024.

LEMOS, Cristina *et al.* **Economia de Dados: conceitos, sistemas de mensuração e políticas em países selecionados e no Brasil**. Redesist: Economia de Dados: abordagens conceituais, sistemas de mensuração e políticas governamentais em países e blocos de países selecionados na África, Ásia e Oceania Nota Técnica 3, Rio de Janeiro, v. 1, p. 1-100, jun. 2024.

LIMA, Severino José de; ARRUDA, Danilo Raimundo de; PINTO, Pablo Aurélio Lacerda Almeida. **Medição da economia baseada em dados: impactos, desafios e oportunidades para o Nordeste brasileiro**. Redesist, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 1-66, jun. 2024.

MESQUITA, Josivan. **Plataforma digitais: o que são?** Tipos e principais benefícios, sem ano. Disponível em: <<https://www.aliare.co/plataformas-digitais/>> Acessado em: 18 de julho de 2024.

O RECURSO mais valioso são dados - e não o petróleo. blog.somostera.com. Disponível em: <<https://blog.somostera.com/lideranca-baseada-em-dados/o-recurso-mais-valioso-do-mundo-sao-dados>> Acessado em: 9 de julho de 2024.

O CRESCIMENTO do e-commerce no norte e nordeste: O olhar que todo empreendedor deve ter. www.ecommercebrasil.com.br, 2023. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/o-crescimento-do-e-commerce-no-norte-e-nordeste-o-olhar-que-todo-empresendedor-deve-ter>> Acessado em: 5 de julho de 2024.

QUAIS são as principais plataformas digitais? esse está em data portalinsights.com.br, Disponível em: <<https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/quais-sao-as-principais-plataformas-digitais#:~:text=Amazon%2C%20Google%2C%20Uber%20e%20AirBnb,muito%20mais%20Orica%20e%20din%C3%A2mica>> Acessado em: 14 de setembro de 2024

QUANDO surgiu a publicidade online? Portalinsights 2024. Disponível em: <https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/quando-surgiu-a-publicidade-online>. Acesso em: 08 maio 2024.

RENATO, Flavio. **Conheça a história do celular e sua evolução com o passar dos anos, 2022**. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/09/conheca-a-historia-do-celular-e-sua-evolucao-com-o-passar-dos-anos.ghtml>> Acesso em: 18 de junho de 2024.

SBRISSIA, Helena. **1G, 2G, 3G, 4G e 5G: entenda a evolução da internet móvel**, 2021. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/5g-no-brasil/217230-1g-2g-3g-4g-5g-entenda-evolucao-internet-movel.htm>> Acessado em: 16 de junho de 2024

SEGUNDO pesquisa, Brasil é 1º no ranking mundial de crescimento das compras online. 2024. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/segundo-pesquisa-brasil-e-1o-no-ranking-mundial-de-crescimento-das-compras-online>. Acesso em: 09 maio 2024.

VILAR, Marcela. **Nordeste e região com o maior aumento de compras online durante a pandemia.** Correio24horas, 2020 Disponível em: <<https://www.correio24horas.com.br/minha-bahia/nordeste-e-a-regiao-com-maior-aumento-de-compras-online-durante-a-pandemia-1020>> Acessado em: 25 de julho de 2024.

OLIVEIRA, Marielza. **Economia de dados:** conceitos e desafios para medição. 3. ed. Rio de Janeiro: Panorama Setorial da Internet, 2023. 36 p.

O investimento em publicidade digital no brasil em dados. Negociossc, 2023. Disponível em: <<https://www.negociossc.com.br/blog/o-investimento-em-publicidade-digital-no-brasil-em-dados/#:~:text=O%20mercado%20global%20de%20publicidade,t%C3%AAm%20dominado%20o%20mercado%20nacional.>>. Acessado em: 15 de agosto de 2024

PACIEVITCH, T. **Tecnologias da informação e comunicação.** nfoescola.com. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernospde/pdebusca/producoes_pde/2014/2014_unioeste_edespecial_artigo_edina_pereira.pdf> Acessado em: 25 de julho de 2024

GOMEZ, Juan; ARAMBURU, Marcos. **Com a aceleração do e-commerce, qual o futuro das lojas físicas.** Thinkwithgoogle, 2021. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/jornada-do-consumidor/pesquisa-futuro-omnicanalidade-brasil/>>. Acessado em 01 de setembro de 2024.

Mercado Livre é o e-commerce mais buscado no Google no primeiro semestre de 2024. Ecommercebrasil, 2024. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/mercado-livre-e-o-e-commerce-mais-buscado-no-google-no-primeiro-semester-de-2024>>. Acessado em: 08 de setembro de 2024 LAGO, Flávio. **Vantagens e desvantagens da internet 5G.** 4infra.com, 2021. Disponível em: <<https://4infra.com.br/vantagens-e-desvantagens-da-internet-5g/>> Acessado em: 05 de setembro de 2024.

HORAS, Alessandro Aparecido da Silva; PINTO, Luiz Henrique dos Santos; SILVA FILHO, Paulo Honório da. **O avanço no investimento na tecnologia 5G e principais consequências na internet das coisas.** 2024.