



O APERFEIÇOAMENTO DO SITE DA LOJA PRIMEIROS PASSOS BEBÊ DE ACORDO COM O MARCO CIVIL DA INTERNET E LEGISLAÇÕES QUE REGEM O E-COMMERCE¹

Ilson Luiz Dias Júnior

Resumo: A pesquisa tratou do aperfeiçoamento do site da Loja Primeiros Passos Bebê de acordo com as legislações que regem o uso da internet no Brasil e dos títulos pertinentes ao assunto no Código Civil, de 2002, e no Código de Defesa do Consumidor, de 1990. A ideia central foi de aperfeiçoamento do site para estar de acordo com os atos normativos, trazendo o benefício tanto ao proprietário, quanto aos seus consumidores. A credibilidade do negócio depende também das adequações de acordo com o estabelecido nas leis. Para isso, utilizou-se de método de abordagem de pensamento dedutivo, com natureza qualitativa e método de procedimento monográfico e comparativo, com técnica de pesquisa bibliográfica e documental. A partir da análise legislativa, o site do e-commerce necessita de aperfeiçoamento no que trata do direito de arrependimento e políticas de trocas de mercadorias, com explicações claras de acordo com o que estabelecem os atos normativos brasileiros.

Palavras-chave: Marco Civil da Internet. E-Commerce. Loja Primeiros Passos Bebê.

1 INTRODUÇÃO

A Loja Primeiros Passos Bebê² sabe da importância do fomento do e-commerce e de outras pesquisas para criar a sua identidade, a promoção e, também, a divulgação para exaltar o relacionamento com o público, além de ampliar os conceitos do mercado em que atua, gerando valores materiais entre outros benefícios para os bebês que utilizam os produtos de grife ou personalizados. Sabe-se, ainda, do encantamento do marketing em torno dos produtos e dos serviços e que o cliente precisa se sentir recompensado pela compra. Para isso, tornou-se salutar esta pesquisa de adequação do site da Loja, pois ele é focado, desde o início de sua idealização para a empresa, em despertar os fatores racionais e emocionais da decisão de compra com credibilidade e de acordo com a legislação brasileira.

¹Artigo apresentado como Trabalho de Conclusão do Curso de Especialização em Marketing Digital e Comércio Eletrônico, da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Marketing Digital e Comércio Eletrônico.

² E-commerce disponível em www.primeiros passosbebe.com.br.



O presente artigo objetivou o aperfeiçoamento do site da Loja Primeiros Passos Bebê de acordo com a Lei n. 12.965, de 2014, intitulada Marco Civil da Internet, a qual estabelece os princípios, garantias, direitos e deveres para uso da internet no Brasil, e outras legislações que regem o e-commerce, como a Lei n. 10.406, de 2002, que instituiu o Código Civil (CC/2002), e a Lei n. 8.078, de 1990, o Código de Defesa do Consumidor (CDC/1990).

Para explorar o tema, formulou-se o seguinte problema de pesquisa: Quais as adequações necessárias do site da Loja Primeiros Passos Bebê para estar de acordo com o Marco Civil da Internet e outras legislações pertinentes?

A partir do problema formulado, a motivação da pesquisa nasceu pelo pesquisador possuir e-commerce, há 3 anos, e após os estudos da Unidade de Aprendizagem Direito Eletrônico no curso de Especialização em Marketing Digital e Comércio Eletrônico da Universidade de Sul de Santa Catarina (Unisul), sentiu a necessidade de adequação do site da Loja Primeiros Passos Bebê, pois percebeu que ela não possui itens exigidos pelas legislações brasileiras.

Para ter a segurança jurídica e dar continuidade aos trabalhos do e-commerce, que rende bons resultados desde sua criação, o pesquisador teve o interesse em estudos acadêmicos que buscasse o aperfeiçoamento das questões que não ficam claras ou não estão expostas corretamente na plataforma tecnológica escolhida para a Loja de roupas infantis. Isto é, buscou resultados para a profissionalização do e-commerce.

De acordo com os procedimentos metodológicos, a pesquisa foi do tipo aplicada, pois conforme Fábio Appolinário (2012, p. 62) é “suscitada por objetivos comerciais, ou seja, [...] voltada para o desenvolvimento de novos processos ou produtos orientados para a necessidade de mercado”. A pesquisa partiu de questões empíricas, mas com exposição teórica para fundamentar os argumentos e as comparações ao longo do desenvolvimento textual.

O método de abordagem adotado foi o de pensamento dedutivo, pois parte do conhecimento do que está posto em lei para o alcance da especificidade, isto é, o aperfeiçoamento do site da Loja Primeiros Passos Bebê, com o conhecimento da legislação e Marco Civil da Internet. Este é o mais recomendado para o tema escolhido, considerando que parte de teorias e leis gerais, visando às ocorrências de casos particulares.



Sendo assim, utilizou-se como abordagem o método de natureza qualitativa, pois prevê a análise hermenêutica dos dados coletados. O método qualitativo, de acordo com os ensinamentos de Marcelo Lamy (2011, p. 68), é o mais estudado nas áreas que envolvem as ciências jurídicas, pois elas têm contornos voláteis não mensuráveis completamente, de difícil manipulação exata. No que se refere ao método de procedimento, foi utilizado o monográfico e o comparativo, pois é preciso comparar a legislação vigente com as características do e-commerce.

No tocante a técnica, a principal forma utilizada para coletar os dados deste trabalho foi feita por meio da leitura de dados secundários, ou seja, dados que já se encontram disponíveis em livros, doutrinas, legislação e documentos jurídicos. Para o aperfeiçoamento do site da loja existente, o pesquisador percorreu os caminhos dos autores, profissionais do mundo jurídico e outros pesquisadores. Foram analisados os dados coletados, sendo agrupados por pontos divergentes e convergentes em relação ao tema proposto.

Como procedimentos técnicos, foi adotada a pesquisa bibliográfica, em face da leitura existente, constituída a partir de referências teóricas publicadas em livros, artigos, revistas bem como da legislação pertinente ao tema. A técnica de pesquisa bibliográfica lidou com caminho teórico que já estudado por outros pesquisadores. Segundo Eva Maria Lakatos e Marina de Andrade Marconi (2001, p. 56), a atividade “permite descobrir novos fatos ou dados, relações ou leis, em qualquer campo do conhecimento. Ainda, utilizou-se da pesquisa documental, pois os documentos legislativos sofreram tratamento analítico do pesquisador na busca da comparação do que há atualmente no site da Loja Primeiros Passos Bebê e pontos que devem ser alterados a partir da análise da legislação pertinente e do Marco Civil da Internet.

Dividiu-se o artigo em duas seções. A primeira, estuda o Marco Civil da Internet e outras legislações brasileiras pertinentes, como o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil. A segunda, apresenta a Loja Primeiros Passos Bebê e as características do site do e-commerce e compara as questões de e-commerce nas legislações brasileiras com as informações constantes do site da Loja para o aperfeiçoamento desta.



2 E-COMMERCE NO MERCADO DE ROUPAS PARA BEBÊ E A LEGISLAÇÃO PERTINENTE

Na era do compartilhamento e de geração tecnológica digital, o e-commerce é promissor no Brasil. Segundo informativo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), “o mercado de artigos para bebês, na faixa etária de zero a seis meses é o mais promissor. Faz parte do orçamento familiar a compra permanente de artigos para bebês, pois a cada fase de vida do bebê e da criança, ela exige produtos diferentes”. (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2016).

O comércio eletrônico ou *e-commerce* representa parte do presente e do futuro do comércio. Existem várias oportunidades de negócios espalhadas pela internet, além de muitas que são criadas em todo momento. É bem provável que uma pesquisa de preços na internet traga não só o menor preço, como também melhores opções de bens. E, apesar do gargalo representado pelo "analfabetismo digital" de uma grande parcela da população, o *e-commerce* já desponta junto a uma geração que nasceu com o computador "no colo" ou "nas mãos". O crescimento do número de internautas na última década é espantoso. (TEIXEIRA, 2015, p. 19).

O mercado exigente preza pelos detalhes e a qualidade dos produtos, o que podem gerar diferencial no momento da compra. A chegada de uma criança provoca mudanças no meio familiar. Antes do nascimento do bebê é preciso preparar o enxoval, decorar o cantinho do bebê e outros detalhes. Os futuros pais estão passando por uma experiência única e querem adquirir produtos que satisfaçam essas necessidades, porém, importante se faz ter uma empresa que cumpra o determinado em lei.

Nesse sentido, observa-se o potencial do mercado, pois, “É cada vez mais comum encontrar famílias onde ambos os pais trabalham, o que significa uma renda mais significativa para ser gasta com os filhos”. (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2016).

Torna-se interessante ressaltar que “o consumidor, na busca por autenticidade, tem procurado se relacionar com suas marcas como forma de conhecê-las e analisar se deve colocá-las em sua vida ou não”. (VAZ, 2016, p. 169). Para o autor, a credibilidade é ponto fundamental, não importando o tipo de negócio, pois “a



credibilidade passa pela percepção do consumidor de um comportamento ético por parte das empresas”. (VAZ, 2016, p. 169).

O autor completa:

Você só permite que alguém se torne seu amigo se você confia nele. Com as marcas acontece algo semelhante, hoje em dia. Credibilidade é tudo. Não importa o seu negócio, você tem que gerar credibilidade no seu consumidor para que ele compre de você e não do seu concorrente. (VAZ, 2016, p. 169).

Sendo assim, a postura ética é fundamental para a construção de marca sólida no mercado competitivo, pois com o estabelecimento de atitudes que se poderá ter diferencial. Não se pode esquecer que se vive em uma era em que a transparência é ponto fundamental para as inteligências em marketing digital. Conforme mostra Conrado Adolpho Vaz (2016, p. 168), “ser ético é mais do que dizer a verdade e ser transparente em suas atitudes. Ser ético é revelar os segredos de sua instituição para o consumidor como uma forma de pedir sua anuência”.

E ainda, de acordo como se deve proceder em um e-commerce, o autor completa:

É destinar ao seu cliente tempo para explicar por que sua empresa está fazendo isso ou aquilo. Ser ético é devolver à sociedade aquilo que ela lhe deu em forma de lucros. Um movimento que começou há poucos anos e que só tem aumentado sua influência, a busca pela ética nas relações, mudou o mercado. (VAZ, 2016, p. 168).

Em mundo virtual em que as barreiras geográficas e temporais são rompidas, no entendimento de Tarcísio Teixeira (2015, p. 27), com o uso da internet há necessidade de atenção ao consumidor.

Com o suporte da informática, os comerciantes passaram a ter um raio de alcance maior, tendo em vista que com a internet praticamente não há barreiras geográficas para os negócios; pelo menos quanto à divulgação dos bens, pois ainda há alguns entraves acerca da diferença entre ordenamentos jurídicos e das fronteiras entre os países, especialmente quando é necessária uma entrega física do produto ou uma prestação de serviço *in loco*.

O e-commerce requer uma série de planejamento, de obrigações e de despesas mensais que devem estar pensadas, focadas e planejadas. As estratégias, sejam elas de marketing, de cuidados com o cliente desde a compra até a entrega e uma possível troca,



como previsto na legislação, o direito de arrependimento, devem estar o tempo todo em perfeita sintonia para o bom desempenho do produto, da marca e da loja em mercado que cada dia cresce mais.

Conforme Fábio Ulhoa Coelho (2016, p. 80) “atualmente, com a difusão do comércio eletrônico, o paralelo não é mais significativo. A internet é vista, hoje, não mais como um estabelecimento virtual, mas como um canal de negócios [...] específico”. As mudanças ocorridas no comportamento da sociedade na era da informação, “o direito encontra novos desafios e precisa adequar-se a fim de garantir a paz social, disciplinando relações e impondo novas normas de condutas condizentes com o ambiente virtual”. (MARTINS, 2015, p. 09).

Para isso, importante o conhecimento da legislação sobre e-commerce, como o Marco Civil da Internet, O Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor para abusca da correção do site do e-commerce da Loja Primeiros Passos Bebê para não gerar desconfiança aos clientes.

2.1 O MARCO CIVIL DA INTERNET

O Marco Civil da Internet trouxe a regulamentação civil específica para os casos em relação ao uso da internet no Brasil. A falta de lei específica fazia com que muitos consumidores desconfiassem do tipo de comércio realizado por meio de ambiente virtual. A insegurança parte das questões relacionadas aos direitos, sejam eles administrativos ou judiciais.

Para as negociações via internet no Brasil, aplica-se o Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor. Cita-se, ainda, o Decreto n. 7.962, de 15 de março de 2013, sobre a contratação no e-commerce, regulamentando o Código de Defesa do Consumidor, e, também, a vigência da Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014, o Marco Civil da Internet, que traz regras e princípios para a segurança dos usuários de internet.

Conforme explica Tarcísio Teixeira (2014), “ao se analisar o Marco Civil pode se ter a impressão inicial de que a norma não trata claramente sobre comércio eletrônico em sentido estrito (quanto à compra e venda de produtos e prestação de serviços), mas apenas de outras operações realizadas no comércio eletrônico em sentido amplo (como, questões envolvendo a proteção à privacidade e a vedação da captação



indevida de dados e da sua comercialização). Entretanto, suas regras e princípios têm implicação direta em tudo o que ocorre na internet em âmbito brasileiro, inclusive o e-commerce, enquanto operações envolvendo a produção e a circulação de bens e de serviços."

João Paulo de Mello Filippin (2016, p. 6), corrobora com a análise acima de que "com relação ao comércio eletrônico, a referida lei praticamente não dispõe nada. Aliás, na própria justificativa de lei, foi dito que o Marco Civil da internet não versaria sobre o comércio eletrônico".

Porém, o mesmo autor salienta que "[...] esta lei impôs a limitação à coleta de informações de dados pessoais dos usuários. Assegurou que é direito destes o 'consentimento expreso sobre coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais, que deverá ocorrer de forma destacada das demais cláusulas contratuais (BRASIL, Lei n. 12.965/2014)'. Nesse sentido, existem sim implicações no marketing eletrônico, conseqüentemente no e-commerce. (FILIPPIN, 2016, p. 7).

O Marco Civil da Internet deixa claro, no caso do e-commerce, o obstáculo na realização do remarketing, sendo "necessário colocar no contrato celebrado com o comprador (seja consumidor ou não) a informação do que será realizado, bem como pedir a sua autorização para realizar promoções ou ofertas". (FILIPPIN, 2016, p. 7).

Quanto mais consumidores falarem (bem) de sua marca na internet, maior será a credibilidade que ela usufruirá e maior o número de compradores por cada cem visitas. Quando digo "compradores" estou querendo dizer pessoas que alcançam a meta do site. Essa meta pode ser um contato por e-mail, um cadastramento, um pedido de orçamento ou uma compra, de fato, se seu site for um site de comércio eletrônico. A taxa de conversão de conversão dará a medida direta da credibilidade de sua marca e do grau de vendabilidade de seu site. Para que você tenha uma boa credibilidade na internet, seu site deve usar e abusar de depoimentos no site e fora dele e fazer um trabalho intenso de redes sociais para que a opinião do consumidor a seu respeito na web seja positiva e viral. (VAZ, 2016, p. 172-173).

Ainda nesta seara, importante se faz alertar que o Marco Civil da Internet estabelece o acesso à internet como peça essencial ao exercício da cidadania e ao usuário. Para isso, são assegurados alguns direitos:

(I) inviolabilidade da intimidade e da vida privada, sua proteção e indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação; (II) inviolabilidade e sigilo do fluxo de suas comunicações pela internet, salvo por ordem judicial, na forma da lei; e (III) inviolabilidade e sigilo de suas comunicações privadas



armazenadas, salvo por ordem judicial. Vale destacar que uma das principais conquistas do Marco Civil da Internet foi o reconhecimento, no art. 7º, XIII, da necessidade de “aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor nas relações de consumo realizadas na internet”. Complementarmente, a lei prevê logo em seguida, em seu art. 8º, a garantia do direito à privacidade e à liberdade de expressão nas comunicações como condição para o pleno exercício do direito de acesso à internet. Trata-se, como se pode perceber, de uma tentativa de criar-se segurança em um cenário complexo, trazendo possibilidade de futuros e benéficos reflexos nas relações de consumo realizadas via internet. (URNAUER; BARRETO, 2014, p. 281).

A segurança jurídica é fator primordial nos tempos de Internet com atenção aos princípios, às garantias e o bom uso das mídias digitais no Brasil. Para, Suellem Aparecida Urnauer e Ricardo de Macedo Menna Barreto (2014, p. 284), “o Marco Civil passa então a redefinir normativamente as complexas relações de consumo ocorridas no ciberespaço, desvelando-se como importante norte princípio lógico para enfrentarmos questões envolvendo não apenas o comércio eletrônico tradicional, mas, igualmente, o comércio social eletrônico”.

Sendo assim, interessante se faz entender as legislações que regem o e-commerce no Brasil, pois a segurança jurídica é fator primordial em contexto comercial.

2.2 OUTRAS QUESTÕES DAS LEGISLAÇÕES QUE REGEM O E-COMMERCE

A Loja Primeiros Passos Bebê preconiza o princípio da privacidade de acordo com o Marco Civil da Internet, isto é, o direito do indivíduo de não dar conhecimento a terceiros de sua vida privada, aquilo que é só pertinente a si mesmo. Importante salientar que não se pode violar o que lhe é próprio. Por isso, a Loja preza sempre este princípio, respeitando a privacidade de cada indivíduo e, principalmente, nos ambientes virtuais.

[...] o comércio eletrônico vem apresentando um crescimento vertiginoso em razão de suas características que são bem atrativas: celeridade na negociação, eliminação das distâncias geográficas, o barateamento do acesso para a venda e a compra por meio eletrônico, preços mais atrativos, entre outras. Neste contexto, o comércio eletrônico ainda desperta a desconfiança de alguns, especialmente consumidores que teriam certo receio de comprar por não confiar no ambiente virtual; ou de outros que, embora já tenham comprado, experimentaram alguma frustração com a negociação, como a não entrega do bem, a dificuldade de devolução em razão de arrependimento ou troca por vício, o receio de fornecer dados bancários ou número do cartão de crédito etc. (TEIXEIRA, 2015, p. 32).



Interessante ressaltar que a Constituição da República Federativa do Brasil, em seu art. 5º, incisos X e LXXII, assegura a inviolabilidade à vida privada (BRASIL, 1988). Nesse sentido, o direito à privacidade ganha maior proteção com o Marco Civil. Para criar a confiabilidade no mercado virtual, o princípio de liberdade de expressão também deve ser cuidado pelo e-commerce, pois este princípio constitucional brasileiro está determinado nos arts. 2º, 3º, 8º e 19 do Marco Civil da Internet.

A liberdade de expressão é uma das garantias de um Estado Democrático de Direito, cláusula pétrea, de acordo com o estabelecido no art. 60 da Constituição da República Federativa do Brasil (CRFB/1988). Conforme explica Conrado Adolpho Vaz (2016, p. 184),

o complexo mundo do novo consumidor faz com que conflitos éticos e morais venham à tona desafiar-nos. A mudança de cenário pede novas regras. O que hoje é considerado ilegal, amanhã pode ser normal e cotidiano. A lei é mutável, uma tendência costuma ignorá-la e seguir seu caminho. É o povo que dita como será o mundo, não as leis. No novo e complexo mundo em que as regras parecem caducar, é preciso repensar em novos modelos e visões de mundo. A sociedade vista pelas lentes da web não é a mesma vista pelas lentes da velha economia.

Sendo assim, é preocupação da Primeiros Passos Bebê o monitoramento das questões de divulgação de imagens ou outros meios que estejam contidos de questões de calúnia em suas páginas nas redes sociais ou comentários no site. Há a responsabilidade da Loja de retirar os conteúdos com o que está determinado no art. 5º da CRFB e confirmado no arco Civil da Internet.

O comércio através da internet tornou-se tentador não só para consumidores, como também para empresários, já que o valor de manutenção de uma loja física, normalmente é muito maior do que o despendido em uma loja virtual. [...] No entanto, as transações comerciais realizadas pela internet possuem algumas peculiaridades que devem ser observadas para garantir os direitos do consumidor.

Sabendo disso, a Loja Primeiros Passos Bebê precisa de adequações em seu site de e-commerce, para estar de acordo as normas e proporcionar aos seus consumidores eletrônicos a efetiva garantia de direitos com ganhos e satisfação no momento da compra.

Conforme Tarcísio Teixeira (2015, p. 34), citando Cláudia Lima Marques (2004, p. 32-35) a autora explica que:



confiar é acreditar (credere), manter com fé e fidelidade a conduta, as escolhas e o meio; a confiança significa transparência, informação, diligência e ética ao exteriorizar vontades negociais. A autora explica que há um espaço novo no comércio, a internet, indagando-se como conquistar a confiança dos consumidores nesta nova forma de fazer comércio e proteger suas expectativas normativas e legítimas. O Direito pode auxiliar estabelecer este novo paradigma se conseguir firmar a devida proteção ao usuário leigo, por meio: da exigência de transparência; da redução da assimetria informacional; do respeito ao direito de arrependimento da compra; de mais segurança com os meios de pagamento no ambiente virtual; e de mais diligência com os dados coletados. Por isso, a confiança seria o paradigma necessário para adaptar o direito do consumidor ao comércio eletrônico.

O CDC/1990, o CC/2002 e outras legislações vigentes são as que regem as relações comerciais do e-commerce. Lembra-se que os direitos dos consumidores que fazem compras pelas ferramentas virtuais são garantidos pelas leis brasileiras.

O CDC/1990 estabelece questões relativas ao contrato e também as questões de direito à qualidade dos bens e serviços, as de informação e de direito de reparação de danos. Conforme prevê o referido Código em seu art. 14,

o fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos. (BRASIL, 1990).

Preocupação desde do princípio da Primeiros Passos, é com as responsabilidades nas relações de consumo e ser o mais transparente possível e demonstrar credibilidade do seu e-commerce, para isso a Primeiros Passos possui uma página no Facebook com mais de 22 mil curtidas e, em 2016, criou um perfil no Instagram que hoje conta com aproximadamente 700 seguidores. Assim, as informações circulam pelos ambientes e direcionam para o site do e-commerce.

3 A LOJA PRIMEIROS PASSOS BEBÊ

A Primeiros Passos Bebê, desde sua criação, em junho de 2014, preocupa-se em conhecer o usuário e a sua forma de compra, sempre apostando nas questões ergonômicas e de usabilidade, com o aumento na produtividade da loja e melhoria de sua imagem no mercado de roupas infantis de grife.



O site da Primeiros Passos Bebê foi criado em plataforma que beneficia as compras. O *template* escolhido foi o mais favorável para a usabilidade com conteúdo útil para o desenvolvimento de interfaces intuitivas e de fácil utilização. Assim, os usuários se sentem satisfeitos ao atingir seus objetivos nas compras.

Segundo João Paulo de Mello Filippin (2016, p. 7), “a navegação numa loja virtual, a opinião numa rede social ou mesmo a data de aniversário evidenciam informações importantíssimas a respeito dos desejos e das necessidades dos usuários”. Sendo assim, conforme o autor aborda, segue-se “à risca a premissa conhecida em marketing digital de que, se o serviço for gratuito, é porque você (e suas informações) é o próprio produto”. (FILIPPIN, 2016, p. 7).

Pontos importantes da arquitetura da informação são os relacionados à retenção, à satisfação do usuário, à interação intuitiva e à facilidade de memorização, de modo que a credibilidade no momento e após a compra seja opção segura e que gere comodidade. A estrutura da interface de um site deve ser funcional, de modo que possibilite ao usuário experiência de fácil navegabilidade e funcionamento bom de todos os recursos que são disponibilizados, além de conter informações corretas e de entendimento simplificado (CYBIS; BETIOL; FAUST, 2015). Ainda, ensinam Walter Cybis, Adriana Holtz Betiol e Richard Faust (2015, p. 25): "Do ponto de vista funcional, as interfaces capazes de surpreender colocam funções importantes ao alcance dos usuários, capacitando-os a aproveitar ao máximo sua experiência."

Como a Primeiro Passos possui o site da loja, com a presente pesquisa buscou-se identificar o que já existe e as melhorias que podem ser efetuadas, de acordo com o seguimento de mercado estudado e, ainda, para o aumento das vendas, com adequação às normas vigente no País.

A Loja Primeiros Passos Bebê busca produtos que tragam alegria, conforto e bem-estar, além de qualidade e preços competitivos ao mercado brasileiro e se caracteriza por ser e-commerce de roupas importadas para crianças de 0 a 7 anos. Um mercado de atuação relativamente amplo, pois o Estado de Santa Catarina possui diversas indústrias têxteis, principalmente, na região do Alto Vale do Itajaí. Sendo assim, a Primeiros Passos Bebê adotou neste mercado o diferencial por ser uma loja virtual e trabalhar com produtos importados de grifes. O e-commerce cria o conforto, na qual o consumidor olha, gosta,



confere o tamanho, o valor e coloca no carrinho, mas precisa passar por adequações segundo os entendimentos da legislação brasileira.

Verifica-se que é salutar entender a importância de vender produtos para qualquer parte do Brasil, transformando visitantes da loja virtual em compradores por meio de informações relevantes. Para isso, há necessidade de site organizado, seguro e de fácil navegação mostra a relevância de se preocupar com a produção de conteúdo.

3.1 O APERFEIÇOAMENTO DO E-COMMERCE A PARTIR DAS CARACTERÍSTICAS DO SITE DA LOJA PRIMEIROS PASSOS BEBÊ

Buscou-se nesta subseção a apresentação das características do site da Loja Primeiros Passos Bebê e o aperfeiçoamento a partir da legislação que rege o e-commerce no Brasil. Importante esclarecer, inicialmente, que a Loja utiliza de *template* pronto do site ILURIA, por este ter qualidade para o tipo de negócio. Porém, mesmo com a *template* pronta, o site foi customizado. Logo no Cabeçalho do site, o consumidor pode fazer a escolha pelo Campo de Busca e pela Barra de Menu com “Olá Visitantes”, em que se encontram os botões: Entrar, Minha Conta e Meu Carrinho. Assim, torna-se de fácil do cliente logar para acesso ao seu espaço de acompanhamento de pedidos.

O art. 1º do Decreto n. 7.962, de 2013, que regulamenta a Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, dispõe sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos: “I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor; II - atendimento facilitado ao consumidor; e III - respeito ao direito de arrependimento.” (BRASIL, 2013). Nesses requisitos, a Loja Primeiros Passos Bebê cumpre o determinado no inciso I e II, mas não prevê o exigido no inciso III.

Na análise do material da Loja, percebe-se que após a logo da loja, surge a barra de menu com os seguintes itens: bebê menina, bebê menino, bebê unissex, infantil menina, infantil menino, diversos e personalizados. Logo abaixo aparecem banners de divulgação, os produtos da vitrine e no rodapé a parte institucional com os seguintes itens: sobre nós, depoimentos e contato. Outros itens também fazem parte da barra inferior: pagamentos, Facebook, Instagram, receba nossa newsletter e espaço de cadastramento, assim como os selos de que a loja é verificada pelo Google e loja segura (SSL).



As imagens dos próprios produtos estão expostas na vitrine e foram confeccionados os desenhos do carrinho e projetada e criada a Logomarca. Deve-se cuidar muito da escolha das cores. Os consumidores pensam ser um dos fatores importantes do produto. Para isso, pensando no mercado de roupas de bebê, optou-se pelos tons pastéis e que são os mais utilizados em quartos de bebê, o azul claro e o cinza acastanhado. O azul claro traz a positividade, a calma, a quietude, a paciência, harmonia, o conservadorismo, a saúde, a purificação, a serenidade. Para isso, mistura-se ao tom cinza acastanhado, que reflete ao clássico, neutro, eterno, prático, de qualidade, básico, autêntico, orgânico, discreto e modesto. Assim, o destaque fica mesmo para os tons das roupas que são apresentadas na vitrine.

Para a exposição dos preços das roupas, elegeu-se azul brilhante, que traz eletricidade, é vibrante, enérgico, revigorante, estimulante e desperta o alto astral. Na descrição dos produtos e no botão comprar, a escolha foi pelo laranja vibrante, que mostra diversão e capricho, além de ser um tom infantil, feliz, quente, ativo, amigável, comunicativo, alegre e persuasivo. A cor quente faz o contraste com as escolhas anteriores que são frias.

Como se trata de e-commerce, a loja não possui muitos textos. A proposta é colocar frases de efeito em todas as vitrines, em que apareçam as palavras-chave, pensando nos sinônimos que possuem relevância para as páginas. Exemplos: BEBE, ROUPA PARA BEBE, ROUPA DE BEBE; ROUPAS DE BEBE, ROUPA INFANTIL, LOJA DE BEBE, ENXOVAL BEBE, ROUPINHAS DE BEBE. Não se pode deixar de citar que essas palavras fazem parte, também, dos textos institucionais do site, uma forma de explorar as buscas.

A logo (se clicar nela o cliente volta para a home) está em local estratégico, logo no topo da página e em seguida aparece a barra de categorias e subcategorias. O banner traz as novidades com slogans criativos e logo abaixo aparece a vitrine principal.

No site da Loja, o cliente possui um espaço personalizado, o “minha conta”, em que ele pode verificar os pedidos, os seus dados, endereço, senha e, ainda, espaço para deixar depoimento. Consta ainda com o “meu carrinho”, local em que aparecem os produtos selecionados para a compra.

No rodapé, o conteúdo *insite* as informações sobre a loja, a parte Institucional composta pelos botões: Sobre nós, Depoimentos e Contato, e do conteúdo persuasivo com



os selos verificado pelo Google, Loja Segura, Norton, e isca digital, no caso, a Newsletter. Acompanhado do conteúdo persuasivo de vendas. No caso, o pagamento do site é pelo PagSeguro ou depósito. Além disso, aparece o conteúdo *outsite*: Facebook, tanto o botão para curtir, quanto a informação de curtidas da Fanpagee ao lado os ícones do Facebook e Instagram.

A loja sempre esteve focada em informar e abastecer o público específico com informações relativas aos produtos. Também preza pela conquista da simpatia, ao abordar o público com os diversos meios de comunicação de forma a produzir o referido sentimento. Não se pode esquecer, ainda, da conquista por aliados, isto é, abordar público com comunicação que possibilite a constituição de laços sólidos com os atuais e futuros clientes.

Sendo assim, o site da Loja, disponível em www.primeirospassosbebe.com.br está de acordo com a Lei nos seguintes pontos: No art. 1º, incisos I, II, do Decreto n. 7.962, de 2013, pois o site apresenta todas as informações necessárias dos produtos. O site possui acesso fácil de atendimento ao consumidor. Porém, precisa criar a política de troca e devolução por arrependimento, prevista em Lei.

A Loja Primeiros Passos Bebê cumpre, ainda, o determinado no Art. 2º, incisos, II, III, IV, V, com o nome empresarial, porém precisa expor, de acordo com o inciso I, o CNPJ existente. O número de inscrição não aparece no rodapé da página. Como não possui loja física, expõe apenas o endereço da loja eletrônica com localização e contato.

Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;

III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;

IV - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;

V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e

VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta. (BRASIL, 2013).



Observa-se que a Primeiros Passos Bebê cumpre o determinado nas especificações dos produtos e discrimina preços e despesas de frete e outros. Também especifica as modalidades de pagamento, prazos de entrega e todas as demais informações sobre as ofertas.

O site da Primeiros Passos Bebê não possui caráter de compra coletiva, sendo assim, não há necessidade de adaptação de acordo com o estabelecido no art. 3º do Decreto em questão.

O Decreto n. 7.962 estabelece no art. 4º, incisos I, II, III, IV:

Art. 4º Para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o fornecedor deverá:

I - apresentar sumário do contrato antes da contratação, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, enfatizadas as cláusulas que limitem direitos;

II - fornecer ferramentas eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação;

III - confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta;

IV - disponibilizar o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação;

V - manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite ao consumidor a resolução de demandas referentes a informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato;

VI - confirmar imediatamente o recebimento das demandas do consumidor referidas no inciso, pelo mesmo meio empregado pelo consumidor; e

VII - utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor. (BRASIL, 2013).

A Loja cumpre, em partes, o art. 4º, incisos I, II, III, possibilitando de acordo com o ato normativo “atendimento ao consumidor a resolução de demandas referentes a informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato”. (BRASIL, 2013). Porém, de acordo com os incisos IV, V, precisa de adequações para o estabelecido em Lei. Os incisos VI e VII são cumpridos. Enfim, a Loja não mostra clareza nos tópicos do site que trata de Troca ou Devolução, precisando do aperfeiçoamento.

O art. 5º é integralmente descumprido pela Loja Primeiros Passos Bebê ao analisar o seu site. Estabelece o referido artigo:

Art. 5º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

§ 1º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios



disponibilizados.

§ 2º O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor.

§ 3º O exercício do direito de arrependimento será comunicado imediatamente pelo fornecedor à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que:

I - a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou

II - seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado.

§ 4º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da manifestação de arrependimento. (BRASIL, 2013).

Sendo assim, percebe-se que existem poucas questões que afrontam o diploma legal, necessitando de urgente aperfeiçoamento do site da Loja no exposto no art5º, pois não há menção do direito de arrependimento e outras questões de trocas. Os ajustes são de extrema relevância para passar as informações necessárias para uma compra com experiências positivas que trazem a proximidade e a fidelidade dos clientes. Observa-se que de acordo com o determinado em Lei, o site possui as certificações de segurança e selos de qualidade. O e-commerce cumpre o art. 6º, com as condições ofertadas.

4 CONCLUSÃO

Ao entender que o e-commerce tem por ponto forte, no cenário nacional, a agilidade no processo de separação, despacho e entrega ao cliente e, também, por outro lado, trata-se de um mercado em crescimento, mesmo diante da atual crise econômica brasileira, acredita-se na oportunidade da loja aumentar as vendas com a credibilidade das informações de acordo com o que é estabelecido em lei. Isso porque, mesmo com as grandes ameaças sendo a alta demasiada cambial, o que ocasiona o aumento dos preços e tornando os produtos caros, mas o planejamento requer o cuidado para o acerto de todas as etapas do processo para o benefício de acesso ao site.

Lembra-se que os fãs da Primeiros Passos Bebê são 95% mulheres e 5% homens. A faixa etária de 18 a 44 anos, concentra 90% do público feminino. A região Sudeste detém o maior público, seguido da região Nordeste. São mães que estão em busca de produtos diferenciados, de grifes internacionais, de qualidade e preços acessíveis, pois nem sempre elas podem viajar para ter acesso a tais produtos. A Loja Primeiros Passos Bebê busca, em todos os pontos, o aumento do fluxo da fanpage no Facebook e, ainda,



seguidores para o Instagram, uma novidade para a loja, para que o público seja abastecido de informações diversas e tenha interesse em acessar o espaço virtual da loja, afinal este é o objetivo central: ter credibilidade e converter o público-alvo para um site de e-commerce que cumpre as determinações legais.

A Primeiros Passos Bebê sabe da importância do fomento do e-commerce e de outras pesquisas para criar a sua identidade, a promoção e, também, a divulgação para exaltar o relacionamento com o público, além de ampliar os conceitos do mercado em que atua, gerando valores materiais entre outros benefícios para os bebês que utilizam os produtos de grife ou personalizados. Pensando na questão da insegurança de alguns consumidores, como forma de resguardá-los, o e-commerce da Primeiros Passos Bebê utiliza plataforma pronta que possui todos os certificados de segurança. Outro ponto importante abordado neste artigo, é a questão do pagamento, que o cliente pode optar entre depósito em conta corrente ou pagamento pelo PagSeguro, plataforma de pagamentos da *UOL* que oferece segurança para ambas partes, caso ocorra qualquer problema poderá solicitar a devolução do dinheiro. Outra preocupação está relacionada à entrega do produto, embora um canal mais conservador e não tão eficiente, optou-se pelo serviço de logística do Correios que é conhecido por qualquer consumidor. Apenas precisa aperfeiçoar a sua política de troca e direito de arrependimento para cumprir a legislação do e-commerce em vigor.

Percebe-se cada vez mais a necessidade de sistematização e de objetivos concretos para que o dizer se torne um fazer. Focar na identidade da empresa é fator primordial e isso fará a empresa capaz de estabelecer relacionamentos mais profícuos. Não se deve esquecer que as tendências sociais mudam, porém, a empresa precisa preservar seus pensamentos evolutivos sem esquecer o seu propósito e seus valores.

Nem sempre só os números significam resultados. Não há o porquê de se deslumbrar com muitas curtidas ou seguidores se não houver engajamento. Precisamos além de uma missão, de visão institucional. Estar em conexão com o mercado e com o público que deseja estar próximo faz da Primeiros Passos Bebê um e-commerce “*linkado*”, também, com os passos de futuras gerações que tenham a possibilidade digital de tomar decisões em suas próprias compras virtuais.

Para que a credibilidade nas relações de consumo no e-commerce, necessário se faz o cumprimento do estabelecido na CRFB/88, CC/2002, CDC/1990 e, ainda, no



Marco Civil da Internet e outras legislações citadas no artigo, como o Decreto n. 7.962, de 2013, o qual dispõe sobre a contratação no comércio eletrônico.

O site da Loja Primeiros Passos bebê é muito bem confeccionado e com as explicações necessárias. Parece apenas que precisa estar mais completo em questões sobre direitos do consumidor, como o direito de arrependimento, previsto também no Código de Defesa do Consumidor, com explicações claras e de acordo com os atos normativos que regem o e-commerce.

THE WEBSITE IMPROVEMENT OF THE PRIMEIROS PASSOS BEBÊ STORE IN ACCORDANCE TO THE INTERNET CIVIL LANDMARK AND THE BRAZILIAN LAWS THAT RULES THE E-COMMERCE

Abstract: The research focused on the website improvement of the Primeiros Passos Bebê store in accordance with the laws that rules the use of the Internet in Brazil and the titles pertinent to the subject in the Brazilian Civil Code of 2002 and in the Brazilian Consumer Protection Code of 1990. The main idea was to improve the website to be in accordance with the normative acts, bringing the benefit to both, to the owner and its consumers. The credibility of the business also depends on the adequacies according to the established in the laws. For this, was used a method of deductive thinking approach with a qualitative nature and a method of monographic and comparative procedure, with bibliographical and documentary research technique. From the legislative analysis, the e-commerce website needs improvements in what concerns the repentance right and policies of merchandise exchanges, with clear explanations according to what establish the Brazilian normative acts.

Keywords: Internet Civil Landmark. E-Commerce. Primeiros Passos Bebê Store.

REFERÊNCIAS

APOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia da ciência:** filosofia e prática da pesquisa. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

BRASIL. **Código Civil.** Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>. Acesso em 29 jul. 2017.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor.** Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em: 1 jul. 2017.



BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil.**

Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>.

Acesso em: 29 jul. 2017.

BRASIL. **Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013.** Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm>.

Acesso em: 1 jul. 2017.

BRASIL. **Marco Civil da Internet.** Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm>.

Acesso em: 29 jul. 2017.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial.** 28. ed. ver. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

CYBIS, Walter; BETIOL, Adriana Holtz; FAUST, Richard. **Ergonomia e usabilidade.** 3. ed. São Paulo: Novatec, 2015.

FILIPPIN, João Paulo de Mello. **Legislação.** Artigo escrito para a UA E-commerce. Design instrucional: Marina Melhado Gomes da Silva. Revisão ortográfica: Diane Dal Mago. Design gráfico: Noêmia Mesquita. Palhoça: UnisulVirtual, 2016.

LAMY, Marcelo. **Metodologia da pesquisa jurídica:** técnicas de investigação, argumentação e redação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. 5. ed. **Metodologia do trabalho científico.** São Paulo: Atlas, 2001.

MARTINS, Vanessa do Sul. **Direito eletrônico.** Palhoça: UnisulVirtual, 2015.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Como montar uma loja de artigos para bebês.** Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-loja-de-artigos-para-bebes,e4d87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 26 mar. 2017.

TEIXEIRA, Tarcisio. **Comércio eletrônico:** conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2015.

_____. **Marco civil da internet e regulamentação do comércio eletrônico.**

Migalhas, 17 de novembro de 2014. Disponível em:

<<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI211308,81042->



Marco+civil+da+internet+e+regulamentacao+do+comercio+eletronico>. Acesso em: 26 mar. 2017.

URNAUER, Suellem Aparecida; BARRETO, Ricardo de Macedo Menna. Segurança jurídica na cibercultura de consumo: reflexões à luz da lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da Internet). In: **Revista do Mestrado em Direito da Universidade Católica de Brasília**, v. 8, nº 2, p. 263-287, jul-dez, 2014.

VAZ, Conrado Adolpho. **Os 8 P's do marketing digital**: o seu guia estratégico de marketing digital. 7. reimp. São Paulo: Novatec, 2016.