

ASPECTOS DA GESTÃO CONTÁBIL NO E-COMMERCE

ASPECTS OF ACCOUNTING MANAGEMENT IN E-COMMERCE

Priscila Antônia de Almeida Souza¹
Simone Teles da Silva Costa²
Dênia Aparecida de Amorim³

RESUMO:

Dada a comodidade e rapidez dos processos modernos de comércio, cada vez mais os indivíduos passaram a desempenhar atividades *on-line*. O comércio eletrônico conseguiu quebrar os paradigmas práticos do modelo tradicional, em que a presença era essencial para a negociação. Com o *e-commerce* tornou-se possível otimizar os pedidos de produtos e recebê-los nos estabelecimentos ou no conforto do lar. Logo, o estudo discorreu sobre a relação entre o comércio eletrônico e a importância da contabilidade regular, na gestão dos negócios *on-line*. Foi analisado que as empresas digitais têm as mesmas necessidades em relação às lojas físicas quando se considera o controle contábil, fiscal e ao aporte à tomada de decisões. Constatou-se que o contador é indispensável no sucesso de qualquer tipo de empresa, sobretudo nesse novo tipo de comércio que se apresenta promissor. Sabe-se que a contabilidade regular é de extrema importância para as entidades, seja para cunho gerencial ou fiscal. O que fica a desejar em relação ao assunto é a conscientização dos empreendedores em aceitar que a prática contábil é um investimento ao invés de uma despesa.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão contábil; Comércio eletrônico; e-commerce.

ABSTRACT:

Given the convenience and speed of modern commerce processes, more and more individuals have started to carry out activities online. Electronic commerce managed to break the practical paradigms of the traditional model, in which presence was essential for negotiation. With e-commerce it has become possible to optimize product orders and receive them in establishments or in the comfort of home. Therefore, the study discussed the relationship between electronic commerce and the importance of regular accounting in

¹ Bacharel em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário Mário Palmério – UNIFUCAMP (2022). E-mail: priscilaantonia.almeida@gmail.com

² Doutoranda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Uberlândia. Mestra em Gestão Organizacional pela Universidade Federal de Goiás, campus Catalão (2018). Pós-graduada em Auditoria Contábil pela Faculdade Venda Nova do Imigrante (2019). Graduada em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério (2010). Graduada em Ciências Contábeis pela Faculdade Cruzeiro do Sul (2021). E-mail: simonetelesmc@gmail.com

³ Mestra em Administração Pública pela Universidade Federal do Triângulo Mineiro (2022). MBA em Gestão Empresarial pela Fundação Carmelitana Mário Palmério (2012); Especialista em Gestão Pública pela Faculdade Venda Nova do Imigrante (2016) e em Contabilidade Pública e Auditoria pela Faculdade Instituto Brasil de Ensino - IBRA (2020). Graduada em Administração (2009) e em Ciências Contábeis (2018) pela Fundação Carmelitana Mário Palmério. E-mail: deniaamorim@hotmail.com

online business management. It was analyzed that digital companies have the same needs in relation to physical stores when considering accounting, tax control and input into decision-making. It was found that the accountant is essential to the success of any type of company, especially in this new type of commerce that is promising. It is known that regular accounting is extremely important for entities, whether for management or fiscal purposes. What remains to be desired in relation to the subject is the awareness of entrepreneurs in accepting that accounting practice is an investment rather than an expense.

KEYWORDS: *Accounting management; Electronic commerce; e-commerce.*

1 INTRODUÇÃO

Com o avanço da globalização cada vez mais presente no cotidiano comercial, as compras digitais passaram a fazer parte da vida de inúmeros indivíduos. O *e-commerce* ou comércio digital é definido como as modalidades de comércio eletrônico, classificados como plataforma digital de compra e venda ou designados simplesmente como uma venda não presencial. Essa modalidade se caracteriza por ser um mecanismo de vendas otimizado por meio de um instrumento eletrônico com acesso à rede mundial de computadores, como *smartphones*, computadores ou *tablets* (Vázquez, 2025).

O *e-commerce* foi impulsionado pelos avanços tecnológicos advindos da expansão da internet e, propiciou dinamismo nas interações entre produtores, comerciantes e consumidores (Teixeira, 2015). Outro aspecto que favoreceu a expansão do comércio eletrônico foi a pandemia de Covid-19.

A emergência em saúde mundial representou uma crise diferente de tudo o que já havia sido vivido pela sociedade atual. Para tentar controlar a disseminação do vírus, foram impostas ordens de confinamento da população, fechamento de estabelecimentos em que o contato físico seria inevitável, proibição de voos comerciais, tanto nacional, como internacional para limitar aglomerações, além da implementação de medidas de higiene (Brito, 2024). Com isso, as empresas que conseguiram se adaptar ao *e-commerce* conseguiram sobreviver ao momento de restrições sociais.

Logo, como toda empresa física, o comércio digital necessita de organização, planejamento e gestão financeira adequada, o que torna a prática contábil uma ferramenta indispensável para a evolução e permanência das empresas de vendas *on-line* no mercado competitivo.

A contabilidade é uma ciência social aplicada destinada a estudar o patrimônio de um ente econômico-administrativo, pessoa física ou jurídica, em virtude dos registros dos

fenômenos que transcorrem em determinadas situações. A ciência contábil é uma forma de interpretar e identificar fatos e atos contábeis ocasionados por meio de transações em decorrência do patrimônio de uma entidade (Montoto, 2018).

A prática contábil adequada trata da análise dos custos, receitas, despesas e a lucratividade. Ela visa a saúde financeira de determinada empresa com base em demonstrações de ativos e passivos. Também carrega a premissa de analisar o emprego de recursos e seu retorno, com intuito de visualizar a lucratividade de determinada empresa ou entidade. Ainda, a contabilidade fiscaliza, identifica e classifica diversas informações financeiras (Lyrio; Almeida; Portugal, 2015).

Assim, cabe ao profissional contábil atuar nas informações patrimoniais de uma empresa, identificar e analisar os dados provenientes das transações e operações que produzem efeitos no patrimônio das empresas, na área econômica e patrimonial. Além de apresentar relatórios que prezem pela transparência sobre informações fiscais das atividades praticadas por pessoa jurídica (Montoto, 2018).

Logo, com base na importância da contabilidade para todos os tipos de entidades, questionou-se qual a relevância da prática contábil para empresas *e-commerce*. Para responder à questão da pesquisa, o objetivo do estudo foi discorrer sobre a gestão contábil no *e-commerce*. Justifica-se a realização da pesquisa ao fato de a contabilidade ser primordial na organização empresarial, não limitada às obrigações fiscais ou arquivistas. As demonstrações contábeis podem ser utilizadas como ferramentas de apoio para o crescimento e manutenção empresarial (Morais; Barreto Júnior, 2019) e isso aplica-se a todas as entidades, inclusive ao comércio digital.

2 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do estudo foram realizadas buscas em plataformas digitais para a seleção de trabalhos relevantes acerca do assunto abordado. O principal objetivo da pesquisa bibliográfica foi o aprimoramento e atualização do conhecimento, por meio de uma investigação científica de obras já publicadas (Sousa; Oliveira; Alves, 2021). Ao consultar os trabalhos já publicados, o trabalho científico advindo das análises da produção se torna fundamental para a construção de uma pesquisa com embasamento teórico (Andrade, 2020).

Como a pesquisa procurou discorrer sobre a importância da contabilidade como ferramenta de gestão para empresas de *e-commerce*, inicialmente foram realizadas buscas por materiais escritos, revistas acadêmicas e artigos científicos completos e de acesso

público na plataforma digital Google Acadêmico. Essa ação originou uma base teórico-metodológica e, por meio da investigação científica, foram selecionados alguns trabalhos relevantes para compor o tópico de discussão dos resultados.

Foi desenvolvida um texto com uma abordagem descritiva sobre o *e-commerce* no contexto contábil. As análises foram feitas de forma qualitativa, na qual os pesquisadores argumentam os achados com base no conhecimento acumulado e percepção. Quando se pensa o universo contábil e seu cruzamento com o *e-commerce* é preciso que se leve em conta além dos aspectos contábeis, também os aspectos emocionais, comportamentais, sociais e culturais (Pereira *et al.*, 2018).

O método da pesquisa bibliográfica precisa da efetiva seleção das fontes, pois é por meio dela que o pesquisador seleciona e elege as fontes que darão base teórica e metodológica para o desenvolvimento da pesquisa. Dessa forma, o pesquisador seleciona as fontes de acordo com o tema e o problema a ser pesquisado (Sousa; Oliveira; Alves, 2021). A seleção de estudos anteriores foi feita inicialmente entre março e setembro de 2022. Em janeiro de 2025 foi feita revisão das fontes utilizadas e atualização de informações relevantes para posterior divulgação dos achados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Uma empresa pode se tornar mais eficiente e objetiva em seu desenvolvimento e sua manutenção financeira quando leva em conta a importância das demonstrações contábeis como ferramentas de gestão em tomada de decisões, o que proporciona o crescimento empresarial constante no mercado cada vez mais competitivo e o aumento exponencial e responsável dos lucros. Desta forma, pode-se quebrar o paradigma tradicional existente, baseado na ideia de que a contabilidade é adotada exclusivamente para obrigações fiscais (Araújo; Silva; Silva, 2018).

Os patrimônios empresariais podem ser classificados como bens e direitos representados pelo resultado da soma de ativos e passivos. Desta forma, a contabilidade tem como premissa a prática dos entendimentos contábeis por meio de registros e do resultado de exercício, auxílio empresarial em diversas situações e análise de operações empresariais em um determinado espaço de tempo (Lyrio; Almeida; Portugal, 2015). É responsável também por analisar indicadores financeiros e econômicos, retorno dos investimentos, demonstração das origens e aplicações de recursos, fluxos de caixa e da demonstração de valor adicionado (Moura; Franz; Cunha, 2015).

A elaboração dos relatórios contábeis orienta os gestores para as decisões viáveis dos seus negócios, além de se tornar um ponto de referência a se destacar frente aos concorrentes. Além disso, os relatórios contábeis orientam as informações financeiras a respeito do patrimônio, tornando viável a elaboração de estratégias a curto, médio ou longo prazo (Segura *et al.*, 2016).

Conforme Araújo, Silva e Silva (2018), as demonstrações contábeis também auxiliam em decisões a longo prazo relativas às receitas e despesas, a destinação de investimentos financeiros, o planejamento estratégico por meio de relatórios para tomada de decisão, o controle do estoque, o desempenho do fluxo de caixa das entradas e saídas, entre outros. Contudo, é essencial a conscientização que todos os tipos de empresas necessitam do aporte contábil, inclusive as entidades de *e-commerce*.

É fundamental a constatação de que o mercado digital cresce exponencialmente, abrindo possibilidades comerciais para as empresas, com foco na produção de produtos especializados no gosto dos clientes. Para que as empresas possam manter um desenvolvimento ascendente e significativo, é necessário que estas se adequem às novas premissas tecnológicas. Em que profissionais capacitados e tecnologia de ponta possam ofertar às organizações uma estrutura de desenvolvimento seguro (Kotler; Kartajaya; Setiawan, 2017).

O *e-commerce* oferece um mecanismo de vendas otimizado por meio de smartphones, computadores ou *tablets* (Vázquez, 2025). Há vários pontos positivos a respeito da utilização do comércio digital. Destaca-se a praticidade fornecida aos usuários, a dinâmica de tempo e custos de se criar e distribuir anúncios com maior abrangência geográfica, além de trabalhar para a rápida captação de clientes (Parente, 2000).

Dada a comodidade e rapidez dos processos modernos de comércio, cada vez mais os indivíduos passaram a fazer muitas atividades *on-line*. O *e-commerce* conseguiu quebrar os paradigmas práticos do modelo tradicional, em que se utilizava a presencialidade como forma indispensável para o comércio. Com o *e-commerce* tornou-se possível otimizar os pedidos de produtos e recebê-los nos estabelecimentos ou no conforto do lar (Claro, 2013).

Para além disso, o profissional contábil deve levar em conta a necessidade de outros fatores para somar à eficácia do controle nas demonstrações dos diversos tipos organizações. Entre estes fatores estão a análise de indicadores financeiros e econômicos, a análise horizontal e vertical, a análise sobre o retorno dos investimentos, a análise das demonstrações das origens e aplicações de recursos, dos fluxos de caixa e da demonstração

de valor adicionado (Moura; Franz; Cunha, 2015). Independente do porte organizacional, esses relatórios são necessários para um acompanhamento efetivo da saúde financeira e operacional da empresa.

De acordo com Mata (2021), são praticados vários modelos de *e-commerce*, e eles são escolhidos com base no que cada empresa considera necessário a partir da relação entre a organização e o cliente, além do perfil dos envolvidos. O Quadro 01 apresenta alguns modelos de comércio digital praticados.

Quadro 01: Modelos de e-commerce.

MODELO	DEFINIÇÃO
<i>Business to Business (B2B)</i>	Transações entre empresas, como a venda de insumos.
<i>Business to Consumer (B2C)</i>	Empresas que vendem diretamente ao consumidor final, como varejistas.
<i>Consumer to Consumer (C2C)</i>	Consumidores que vendem entre si, como em plataformas como Mercado Livre, OLX e Enjoei.
<i>Business to Government (B2G)</i>	Empresas que fornecem suprimentos ao governo, participando de leilões.
<i>Mobile Commerce (M-commerce)</i>	Vendas realizadas exclusivamente via <i>smartphones</i> ou <i>tablets</i> .
<i>Social Commerce (S-commerce)</i>	Vendas integradas nas redes sociais.

Fonte: Mata, 2021.

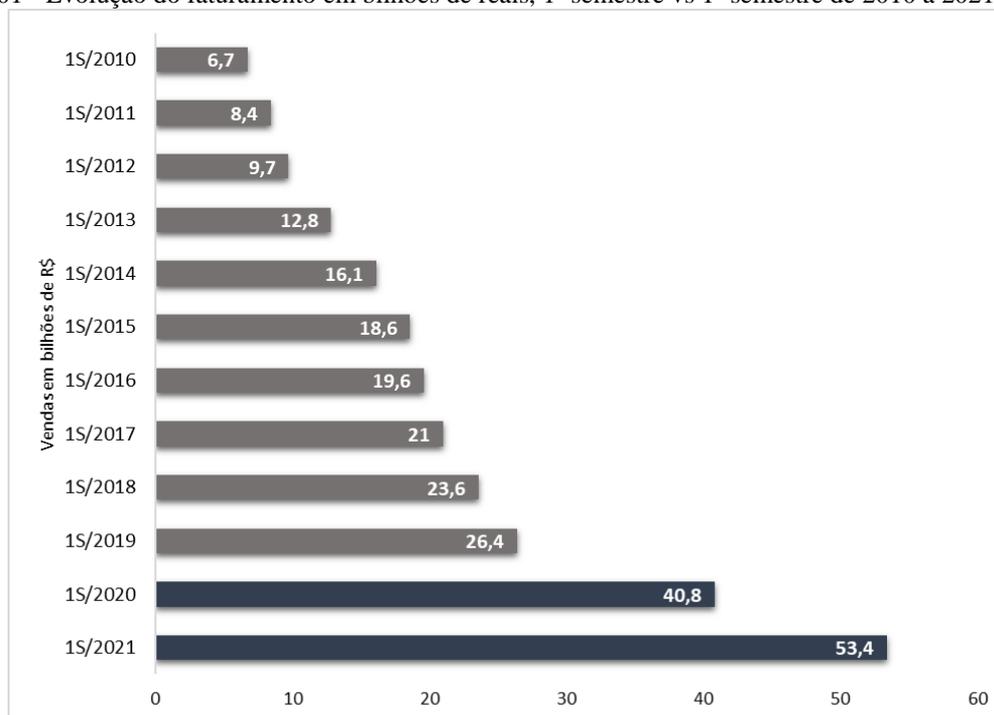
O modelo *Business to Business (B2B)* é o método baseado na relação entre corporações e, geralmente, é caracterizado pela compra e venda de insumos entre empresas. O *Business to Consumer (B2C)* é o modelo mais comum, em que uma empresa disponibiliza produtos ou serviços diretamente para o consumidor final. Já o modelo *Consumer to Consumer (C2C)* se estrutura por meio da venda entre consumidores, tanto de produtos quanto de serviços. Para isso foram desenvolvidas plataformas específicas para que o indivíduo se cadastre para oferecer seus produtos ou serviços on-line. Os exemplos mais comuns são Mercado Livre, Olx e Enjoei.

O método *Business to Government (B2G)* é o comércio caracterizado pelo fornecimento de suprimentos advindos das empresas em que o consumidor é o governo, e se dá por meio de licitações e leilões, por exemplo. O *M-commerce* caracteriza-se pelo comércio que acontece exclusivamente por meio de *smartphones* ou *tablets*. Em geral, os comércios desse modelo desenvolvem aplicativos específicos para concretização das transações. Por último, o *S-commerce* se baseia no comércio em que a loja virtual atua diretamente nas redes sociais. Embora haja diversos outros tipos de *e-commerce*, os seis modelos apresentados são os mais praticados no Brasil (Mata, 2021).

No contexto do *e-commerce*, a contabilidade tem função econômica e administrativa, no controle e do planejamento das operações e nas informações de caráter financeiro e patrimonial (Lyrio; Almeida; Portugal, 2015). Em um ambiente digital de comércio, é imperativo que o cliente perceba segurança nas plataformas virtuais de forma equivalente a segurança percebida em estabelecimentos físicos. Assim, a plataforma digital precisa ser organizada para que o cliente se sinta representado e confiante na transação comercial (Saullo, 2016).

A Figura 01 apresenta o crescimento do *e-commerce* em um período de 11 anos, com análise dos dados de 2010 a 2021. A partir disso, percebe-se como se deu o crescimento deste tipo de comércio nos últimos tempos.

Figura 01 - Evolução do faturamento em bilhões de reais, 1º semestre vs 1º semestre de 2010 a 2021.



Fonte: Adaptado pelas autoras, 2024. Original: Minjoro; Costa, 2021.

É evidente a evolução do e-commerce nos anos de 2020 e 2021, fato esse facilmente explicado pela emergência em saúde pública que assolou o mundo nesse período. A pandemia Covid-19 abalou a economia global a partir de março de 2020, quando foi declarada como uma pandemia de nível mundial. Com isso, surgiram desafios econômicos até então desconhecidos. O *e-commerce* foi uma possibilidade para que a população pudesse atender suas necessidades sem sair de casa. As restrições de deslocamento e de aglomerações dificultaram a realização das transações comerciais presenciais e, para continuarem a exercer

as atividades mercadológicas, as negociações digitais passaram a fazer parte do cotidiano organizacional (Brito, 2024).

O *e-commerce*, impulsionado pelo avanço tecnológico, tornou-se uma plataforma fundamental no comércio moderno, oferecendo uma interface otimizada para transações por meio de dispositivos eletrônicos. A transformação na interação entre produtores e consumidores facilitou processos de venda e distribuição de maneira rápida e eficiente. Com uma variedade de modelos adaptados a diferentes necessidades comerciais, o comércio digital demonstra uma capacidade única de ampliar o alcance das empresas e melhorar a experiência do consumidor.

Embora o comércio digital tenha o crescimento gradativo, foi a pandemia, no ano de 2020, que o impulsionou e determinou que as vendas eletrônicas passassem a fazer parte do dia a dia das pessoas. A quarentena, em razão da pandemia do Covid-19, motivou o mercado de comércio *on-line* que cresceu cerca de 40,8% apenas no primeiro semestre de 2020, alcançando 1,3 milhões de lojas virtuais. A digitalização do comércio foi forçada pelas necessidades pois, além da abertura de novos *e-commerce's*, muitas empresas que eram físicas passaram a negociar também na rede do comércio eletrônico, visto que a restrição de circulação de pessoas determinou que a forma mais viável de sobrevivência seria o comércio digital (Stevaux; Silva; Burkowisky, 2022).

Inserida no contexto do comércio eletrônico, a contabilidade exerce um papel primordial, pois o sistema contábil é uma estrutura fundamental quanto ao direcionamento de dados, configurando como um real banco de informações que trabalha diretamente nos processos de decisão e planejamento (Silva, 2021). O profissional contábil precisa estar atento às novas formas de tecnologia e aprimoramento do comércio no mundo digital (Carmo; Lima; Otero, 2012). O contador é um aliado para o desenvolvimento de uma empresa. Com base nos relatórios é possível definir a tomada de decisão (Mutti, 2019).

No comércio eletrônico é necessário que o profissional de contabilidade, por meio dos métodos demonstrativos e relatórios contábeis, forneça informações atualizadas para garantir que o ciclo das transações comerciais esteja revisado e aprimorado (Carmo; Lima; Otero, 2012). Um dos aspectos no planejamento contábil para empresas de *e-commerce* é a definição de um regime tributário adequado à empresa. Isso auxilia o empreendedor a pagar menos tributos (Silva, 2021). É necessário um direcionamento das empresas quanto a seu planejamento geral, por meio de planos e cálculos dos gastos (Rincaweski, 2014).

É função do contador analisar o balanço patrimonial, calcular e planejar resultados,

além de apresentar o índice de endividamento da empresa, sua capacidade de liquidez quanto aos pagamentos, entre outros. Para uma análise de sucesso por parte do contador, é preciso trabalhar com dados temporais comparativos de modo continuado (Silva, 2021).

Como nas organizações físicas, independente do ramo de atividade, o comércio eletrônico necessita de uma boa gestão contábil para fins fiscais e, tão importante quanto, para fins gerenciais. A tomada de decisão com base em informações contábeis deve decidir quais métodos de custeio, qual a melhor forma de apuração de tributos, depreciação, mensuração e formação do preço de venda entre outras, visto que esses aspectos interferem no crescimento da empresa. Salienta-se que a importância da contabilidade de custos é necessária para todos os tipos e portes de negócios (Stevaux; Silva; Burkowisky, 2022).

O contador é, antes de tudo, um investimento que a empresa faz em sua capacidade de gestão e planejamento. As pequenas empresas ou empresas do mundo virtual precisam ter consciência de que a construção de metas, por exemplo, é um ponto de partida primordial para o sucesso empresarial (Lawrence, 2019). As empresas, sejam físicas ou eletrônicas, têm no contador seu maior aliado, pois ele elabora relatórios por meio dos quais se podem embasar as tomadas de decisão para se vislumbrar e atingir objetivos efetivos (Silva, 2021).

Ressalta-se a importância do fluxo de caixa para os diversos tipos de empresa, visto que seu acompanhamento é um elemento que deve ser controlado de perto pelas empresas de *e-commerce*, visto que as informações antecipam ações que podem alterar os fluxos de caixa da organização. Já, a questão tributária dos comércios eletrônicos se difere em relação ao comércio físico, porém não são totalmente integrados pelas unidades federativas e ainda deixam lacunas por não ter um mecanismo específico para as situações, pois, por exemplo, o Código de Defesa do Consumidor foi criado em 1990, quando os comércios eletrônicos mal existiam (Stevaux; Silva; Burkowisky, 2022).

O *e-commerce* pode ser visto como uma oportunidade para a classe contábil, para aqueles que se atentarem a alguns fatores como a capacidade de integração e adaptação às mudanças tecnológicas, educação continuada, aprendizagem nas áreas de informática, negócios, *marketing*, vendas, recursos humanos; diversificação de habilidades e busca da polivalência profissional para garantir opções para prestação de serviços contábeis. O contador que não se atualizar diante do cenário econômico e profissional, ficará para trás (Carmo; Lima; Otero, 2021).

Embora, a contabilidade não tenha um ramo específico para o *e-commerce*, os profissionais contábeis podem direcionar seus serviços para o nicho eletrônico. Logo, o

serviço inclui o registro, análise e controle das transações financeiras relacionadas à venda de produtos ou serviços *on-line*. Essas empresas, como qualquer outra, têm a obrigação de recolher tributos como o ICMS, ISS, PIS e COFINS, além de emitir notas fiscais eletrônicas para todas as operações comerciais realizadas (Ferreira, 2024). Assim, um profissional com conhecimento técnico poderá direcionar qual a melhor opção de tributação.

Sem um sistema contábil robusto e um profissional capacitado, as operações de comércio eletrônico podem enfrentar desafios em termos de controle financeiro e planejamento estratégico. A capacidade dos contadores de se adaptar às novas tecnologias e práticas do mercado digital é vital para garantir que as empresas de *e-commerce* operem de maneira eficiente e segura. Além de gerenciar questões tributárias e planejar despesas, os contadores desempenham um papel central na análise financeira e na definição de objetivos empresariais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo destacou a ação da contabilidade para as empresas de *e-commerce*. O rápido crescimento do mercado digital ainda não foi totalmente explorado em termos de demonstrações de resultados contábeis específicos para sua expansão. Assim, a prática contábil aplicada às organizações de comércio eletrônico são as mesmas normas para empresas físicas, o que, de certa forma, desconsidera as particularidades desse tipo de negociação comercial.

Foi analisado que as empresas digitais têm as mesmas necessidades em relação às lojas físicas quando se considera o controle contábil, fiscal e ao aporte à tomada de decisões. O mercado digital cresceu de forma rápida, e este fenômeno ainda não foi totalmente observado quanto à sua importância na atualização das práticas contábeis ou da expansão de normas específicas para a publicação de demonstrações financeiras advindas de entidades de comércio eletrônico.

Foi averiguado que o contador é indispensável no sucesso de qualquer tipo de empresa, sobretudo nesse novo tipo de comércio que se apresenta promissor. O cruzamento de dados obtidos na pesquisa ajudou a dimensionar o debate acerca da necessidade de aprofundar a discussão tanto no mundo do comércio quanto no universo acadêmico, visto que ainda não há um aparato legislativo específico para esse segmento de mercado. Logo, ainda há muito espaço teórico e prático a ser investigado para que o *e-commerce* e a contabilidade regular sejam vistos como uma parceria benéfica para ambos.

Como sugestão para estudos futuros cita-se a necessidade de pesquisas práticas e estudos de caso em que o ambiente de coleta de dados sejam empresas de comércio *on-line*. Sabe-se que a contabilidade regular é de extrema importância para as entidades, seja para cunho gerencial ou fiscal. O que fica a desejar em relação ao assunto é a conscientização dos empreendedores em aceitar que a prática contábil é um investimento ao invés de uma despesa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo: Atlas, 2000.

ARAÚJO, J. G.; SILVA, L. V. B.; SILVA, M. E. P. C. Pequenas empresas e as práticas gerenciais: contribuições a partir da observação das revistas brasileiras. **Estúdios Gerenciais**, v. 34, n. 149, p. 457-446, 2018. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/212/21258518010/html/>. Acesso: 15 ago. 2022.

BRITO, D. F. O. **O impacto da pandemia Covid-19 no e-commerce**. 2024. Dissertação (Mestrado em Negócios Internacionais) - Escola de economia e gestão, Universidade do Minho (Portugal), Braga, 2024. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/9d17b4c7adce7616cc0b731ae78a5b15/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>. Acesso em: 30 jan. 2025.

CARMO, C. R. S.; LIMA, I. G.; OTERO, J. P. Os reflexos do comércio eletrônico para a profissão contábil enquanto ferramenta de apoio à tomada de decisões. **Revista Mineira de Contabilidade**, Belo Horizonte, v. 2, n. 46, p. 16-21, 2012. Disponível em: <https://revista.crcmg.org.br/rmc/article/download/257/86/865>. Acesso em: 15 ago. 2022.

CLARO, A. **Comércio eletrônico**. São Paulo: Know How, 2013.

FERREIRA, R. **O Que é Contabilidade para e-Commerce e como funciona**. ArtData Contábil, 2024. Disponível em: <https://www.artdatacontabil.com.br/contabilidade-ecommerce/#:~:text=A%20contabilidade%20para%20e%2Dcommerce%20deve%20monit,orar%20tamb%C3%A9m%20todas%20as,potencial%20de%20redu%C3%A7%C3%A3o%20de%20custos>. Acesso em: 18 jan. 2025.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0**: Do Tradicional ao Digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LAWRENCE, S. **O poder da execução de metas**: o guia definitivo para criar metas e o objetivos eficientes que dão resultados. [s.l.]: *e-book* [s.e.], 2019.

LYRIO, E. F.; ALMEIDA, S.; PORTUGAL, G. T. **Gestão contábil**: Aspectos Introdutórios. Rio de Janeiro: NPG/UERJ, 2015. Disponível em: https://www.ispsn.org/sites/default/files/documentos-virtuais/pdf/07._gestao_contabil_aspectos_introdutorios_autor_eduardo_felicissimo_lyrio_

sidmar_almeida_e_guilherme_teixeira_portugal.pdf. Acesso em: 15 jan. 2025.

MATA, K. B. C. **E-commerce: Análise de dados sobre o Comércio Eletrônico no Brasil.** 53 f. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Engenharia de Computação) - Escola de Ciências Exatas e da Computação, Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/1761/1/E-commerce%20-%20An%C3%A1lise%20de%20Dados%20sobre%20o%20Com%C3%A9rcio%20Eletr%C3%B4nico%20no%20Brasil.pdf>. Acesso em: 12 out. 2022.

MINJORO, M. S.; COSTA, T. R. M. **A Evolução do E-Commerce no Brasil e como a Pandemia do Covid-19 impactou este processo.** 20 f. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Econômicas) – Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/19012>. Acesso em: 29 ago. 2022.

MONTOTO, E. **Contabilidade Geral e Avançada Esquematizado.** 5. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

MORAIS, R. A. C.; BARRETO JÚNIOR, A. C. A importância da contabilidade gerencial para microempresas e empresa de pequeno porte. **Id on-line Revista Multidisciplinar e de Psicologia**, v.13, n. 43, p. 903- 921, 2019. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/1527/2306>. Acesso em: 10 ago. 2022.

MOURA, G. D.; FRANZ, L.; CUNHA, P. R. Qualidade da informação contábil em empresas familiares: influência dos níveis diferenciados de governança da BM&FBovespa, tamanho e independência do conselho de administração. **Contaduría y Administración**, v. 60, n. 2, p. 423-446, 2015. Disponível em: <https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v60n2/0186-1042-cya-60-02-00423.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2022.

MUTTI, M. A. **Contabilidade para Empreendedores: Conceitos Básicos e Importantes.** Maringá: Editora Viseu, 2019.

PEREIRA, A. S.; SHITSUKA, D. M.; PARREIRA, F. J.; SHITSUKA, R. **Metodologia da Pesquisa Científica.** Santa Maria, RS: UFSM, 2018. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/15824/Lic_Computacao_Metodologia-Pesquisa-Cientifica.pdf. Acesso em: 15 jul. 2022.

PARENTE, J. **Varejo no Brasil: Gestão e Estratégia.** São Paulo: Editora Atlas, 2000.

RINCAWESKI, I. **Contador e empreendedor Uma dupla perfeita: conversando sobre o mundo da contabilidade.** Blumenau-SC: Edição do autor, 2014. 88p.

SAULLO, E. **E-commerce de sucesso: como criar e desenvolver lojas virtuais que vendem.** 3. ed. São Paulo: Casa do Escritor, 2016. 174 p.

SEGURA, L. C.; FORMIGONI, H.; ABREU, R.; DAVID, F. Relatório contábil-financeiro: instrumento fundamental para qualidade da gestão. **Redeca**, v.3, n.2, p. 46-57,

SOUZA, P.A.A. et al

2016. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/redeca/article/view/30618/21749>. Acesso em: 02 jan. 2025.

SILVA, R. L. O papel do contador no E-commerce nos dias atuais. **Revista Núcleo do Conhecimento**, ano 6, ed. 10, v. 3, p. 89-104, 2021. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/contabilidade/contador-no-e-commerce>. Acesso em: 23 ago. 2022.

SOUSA, A. S.; OLIVEIRA, G. S.; ALVES, L. H. A Pesquisa Bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da Fucamp**, v. 20, n. 43, p. 64-83, 2021. Disponível em: <https://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/cadernos/article/download/2336/1441>. Acesso em: 22 jun. 2022.

STEVAUX, I. C. S.; SILVA, W. N.; BURKOWISKY, E. **Análise Contábil Financeira em E-Commerce**: Antes e Durante a Pandemia do Covid-19. *In*: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 19, 2022, *on-line*. Anais... [s.l.]: SEGeT, 2022. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos22/41133131.pdf>. Acesso em: 12 jan. 2025.

TEIXEIRA, T. **Comércio eletrônico**: conforme o marco civil da internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2015. 328p.

VÁZQUEZ, A. **E-commerce**: o que é e como criar em 2025 (com dicas de especialistas). 2025. Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/o-que-e-ecommerce/>. Acesso em: 28 jan. 2025.