

Computação em Nuvem Perspectivas para o E-Commerce

Eldes de Souza Antunes (UNIFAMA)¹

Angélica Cândida Ferreira²

Arlete Tavares Buchardt³

Ivson Lelis Gama⁴

Lizandra Carla Pereira de Oliveira⁵

Raquel Kummer⁶

RESUMO: O presente estudo estabelece e explana, de forma sucinta, com base em fundamentos teóricos de autores influentes, o conceito das novas perspectivas do e-commerce através da computação em nuvens, enfatizando suas principais ferramentas de utilização. Conceitua as características de partição e organização virtual de informações. Compõe o referencial teórico, estabelecendo uma abordagem da estrutura de funcionamento da computação em nuvem num âmbito geral, lastreando as suas vantagens e desvantagens na utilização do comércio eletrônico. Expressa também a relação da infraestrutura hardware, software e suporte de plataforma para a concessão de negociação de produtos. Abordam-se as principais características de aquisição dos consumidores na plataforma on-line. Estabelece os meios de compra e venda dos usuários, seus diferenciais competitivos com relação ao comércio tradicional. Suas principais perspectivas geradas a um novo ciclo de comercialização, as tendências diagnósticas de produtos que geram maior adesão de venda. Análise de dados de desejos de consumo dos usuários, utilizando-se de artifícios tecnológicos como ferramenta de percepção. Também aborda a utilização de ferramentas com inteligência artificial e alocação de informações em nuvem almejando uma negociação e atendimento eletrônico que estabelecem facilidade e comodidade de consumo no e-commerce.

Palavras-Chave: Comércio eletrônico, computação em nuvem, negociação.

¹ ANTUNES, Eldes de Souza, graduado em Licenciatura em Computação pela Universidade Estadual de Mato Grosso – UNEMAT. Endereço eletrônico: eudisozatunes@gmail.com.

² FERREIRA, Angélica Cândida; Doutora (2020) em Botânica (PPGB/UFRPE).

³ BUCHARDT, Arlete Tavares, Mestre em Letras e Linguística pela Universidade Federal da Bahia (2004).

⁴ GAMA, Ivson Lelis, doutorado em Química Orgânica pela Universidade Federal Fluminense (2012).

⁵ OLIVEIRA, Lizandra Carla Pereira de; Mestra em Ciência e Tecnologia de Alimentos (PPGCTA) pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso – IFMT. carlalcpo@gmail.com

⁶ KUMMER, Raquel, doutorado em Ciências Farmacêuticas pela Universidade Estadual de Maringá - UEM (2015). raquelkummer@hotmail.com

ABSTRACT: The present study intends to establish, succinctly, based on theoretical foundations of influential authors, to explain the concept of the new perspectives of e-commerce through cloud computing, emphasizing its main tools of use. Conceptualizing the characteristics of partition and virtual organization of information. Composing the theoretical framework, establishing an approach to the working structure of cloud computing in a general context, supporting its advantages and disadvantages in the use of electronic commerce. It also expresses the list of hardware infrastructure, software and platform support for the concession of product trading. In which it aborts the main characteristics of consumer acquisition on the online platform. It establishes the means of buying and selling users, their competitive advantages in relation to traditional commerce. Its main perspectives generated a new marketing cycle, the diagnostic trends of products that generate greater sales adhesion. Analysis of users' consumption desires data, using technological devices as a perception tool. It also addresses the use of tools with artificial intelligence and allocation of information in the cloud, aiming at a negotiation and electronic service that establish ease, convenience of consumption in e-commerce.

KEYWORDS: E-commerce, cloud computing, negotiation.

1. INTRODUÇÃO

A tecnologia causou uma mudança drástica no ritmo de vida das pessoas, estabeleceu novos parâmetros de convivência, a modernização em geral desencadeou um processo de utilização de aparelhos eletrônicos e de conexão com a internet de modo catastrófico, sendo um novo tempo com tendências viavelmente progressivas à propagação da informação em massa. Como resultado deste novo cenário a computação em nuvem ganhou grande destaque no panorama tecnológico, principalmente no mercado eletrônico.

O sistema de negociação atual está diretamente ligado à tecnologia em todas as fases da aquisição, pois este meio possui inúmeras facilidades na sua utilização, além da sua própria praticidade e comodidade em solucionar problemas com facilidade, de modo que o comércio eletrônico modificou totalmente os padrões de comercialização tradicional [Muhidie, 2013].

O termo e-commerce deriva do termo comércio eletrônico, onde as negociações são realizadas exclusivamente pelo formato eletrônico, ou seja, pela internet. Porém, não se refere apenas a negociações pela internet, mas também atua auxiliando as empresas na condução de seus negócios. O e-commerce é utilizado para facilitar ou comercializar produtos ou serviços on-line, de forma rápida e de fácil acesso para os elementos da sociedade em qualquer parte do mundo, uma vez que se trata de uma forma de comércio à distância, que permite comprar o melhor produto pelo melhor preço, reduzindo significativamente o tempo e os custos envolvidos (NASCIMENTO, et al, 2009, p. 20).

Em todos os processos que compõem a negociação e venda deve ser analisado se determinado produto está desempenhando corretamente sua função, sem acarretar possíveis perdas ou prejuízos às pessoas que realizarem sua aquisição. A fim de que a empresa ofereça determinado serviço ou produto de maneira correta e efetiva garantindo assim seu padrão de qualidade no comércio de modo geral, principalmente no que se estabelece a partir do e-commerce (SANTOS, 2010).

No processo de venda é importante o estudo e análise do tipo de cliente. De modo que o produto assume diversos papéis para o cliente, pode ser uma necessidade para sobrevivência ou um desejo de consumo. Tal como a situação será o processo de venda, pois para uma pessoa que realmente necessite de determinado produto provavelmente o bloqueio de compra será menor, no entanto os meios de aquisição do comércio eletrônico devem oferecer segurança e comodidade aos seus consumidores (PINHEIRO, 2012).

Em muitos casos, na fase de venda, o vendedor assume o papel de consultor e, nesse papel, pode estabelecer a importância do produto para o cliente, informando os pontos positivos e a utilidade do mesmo. No entanto, no sistema do e-commerce, estes atributos se qualificarão considerando a qualidade da interface do usuário, a forma como é exposto os produtos num site, a facilidade de acesso e aquisição (NETO, 2011).

Nas mais diversas áreas de atuação, toda produção passa por todo um processo para a fabricação do produto, sob tal demanda é realizado um levantamento de mercado, análise de perfil de cliente, sempre com um fim em comum do mesmo ser consumido. Deste modo o mercado tem alto empenho em realizar um diagnóstico, do que a maioria das pessoas estão adquirindo, pois uma determinada linha de produção sem aquisição é totalmente prejudicial a seu custo de produção demandado de modo que o trabalho em conjunto da computação em nuvem e comércio eletrônico surtem efeitos positivos no sistema de negociação estabelecendo uma alternativa inovadora de potencial econômico (NASCIMENTO, 2009).

Durante a fase de negociação o vendedor utiliza várias ferramentas para a efetivação da venda. A persuasão na qual o promotor exerce todo seu poder de convencimento sobre o cliente para o mesmo realizar a aquisição, a empatia de se colocar no lugar da pessoa, deste modo poder realizar o cumprimento da necessidade de modo correto. Um atributo importante é a disposição em atender prontamente, qualidade esta da qual o usuário poderá se sentir bem com o produto adquirido e a satisfação da compra com um atendimento de excelência. Para

tanto no comércio eletrônico estes elementos são dispostos em elementos que estão ligados à qualidade do atendimento eletrônico, interface do usuário, qualidade de entrega de produto, segurança, resultam na aquisição dos produtos (SANTOS, 2010).

O e-commerce tem de buscar transpor e incorporar as principais características do mercado tradicional que, se, num modo ou nível de comportamento na parte de negociação como determinada empresa se porta no mercado, para tal também define o modo como a mesma é vista no mercado. Tal como muitos clientes analisam como diferentes estabelecimentos se portam de maneiras distintas umas das outras, muitas vezes isto está diretamente ligado ao nível de exigência e excelência que é passado para os funcionários da empresa para o atendimento, ao mesmo tempo os princípios e valores dos quais a mesma define com relação ao tratamento dado aos clientes. No comércio eletrônico todos estes elementos estão presentes, no entanto de forma diferenciada e com uma série de elementos que estabelecem comodidade de aquisição (SARACENI, 2011).

Um importante fator de qualidade do produto no e-commerce, é buscar transformar o produto de modo que o cliente seja atraído em realizar a aquisição do mesmo, planeja de maneira correta para projetá-lo para o cliente. Estabelecer um preço adequado de modo nem muito caro ou barato demais, sempre em viabilidade com os custos daquele determinado produto objetivando estabelecer o empenho da lucratividade acerca do mesmo. Informar nos meios de divulgação os pontos fortes dos itens dos quais se sobressaem sobre a concorrência (PINHEIRO, 2012).

No comércio eletrônico existem vários produtos nas plataformas virtuais, mas tudo ocorre em viabilidade da demanda e necessidade dos usuários. A utilidade do produto está de acordo com a necessidade do cliente, pois, conforme os anseios e desejos dos usuários está a utilidade do mesmo. Neste quesito, um importante recurso de apoio é utilização de análise de tendências de mercado, utilizando ferramentas de tecnologia como apoio para produção (NETO, 2011).

O fluxo de informação tomou medidas globais de integração e circulação de dados, a problematização gerada a partir do tema computação em nuvem, presumidamente partindo do ponto de vista dos métodos e padrões de armazenamento atualmente utilizados no mundo estão diretamente ligados à mudança e ao desenvolvimento das tecnologias. Tais transformações são vitais para a adequação e utilização de recursos aos quais o usuário

necessita, principalmente aos recursos ligados ao comércio eletrônico (SANTOS, 2010). Ainda segundo Pinheiro, (2012):

O processo inicia-se com o interesse do comerciante em realizar uma promoção e/ou marketing de seu negócio no site do empreendedor (site de compras coletivas) que deverá ter um bom poder de divulgação e ser referência no segmento, para que a promoção e negócio do comerciante ganhem visibilidade. Na segunda etapa do ciclo ocorre a divulgação da oferta feita pelo empreendedor (site de compra coletiva), sendo intermediador entre comprador e comerciante. Utiliza como forma de divulgação o marketing via e-mail, levando-se em consideração que possui um considerável número de e-mails de clientes cadastrados. Utilizam-se também as redes sociais como forma de marketing viral (PINHEIRO, 2012, p. 7)

Todo o aparato tecnológico existente atualmente passou por uma série de processos de transformação. Criações como a internet foram desenvolvidos por várias pessoas que foram aprimorando sua estrutura ao longo dos anos. No período dos grandes computadores, fase em que o hardware não era tão desenvolvido e o software não oferecia suporte, os dados podiam ser guardados apenas em espaços físicos, possuíam pouca memória, alto custo operacional, além de muitas restrições. Condições que estimularam o surgimento da computação em nuvem, conseqüentemente processos como a globalização, o desenvolvimento no setor tecnológico e de transporte estimularam ainda mais o comércio de forma virtual (NETO, 2011).

Basicamente pode-se presumir que as evoluções de registro de dados em espaços virtuais alocados foram sendo construídas e modificadas ao longo da história acompanhando a modernização do hardware e software. A modernização tecnológica e econômica, a globalização de modo geral contribuiu para a estabilização de meios práticos de armazenagem em nuvem, destaque para o surgimento da ARPANET, além da intensificação de serviços de armazenamento a partir do novo milênio. As ferramentas de comércio eletrônico estabelecidos através da computação em nuvem sofreram melhorias e atualizações, oferecendo novos recursos os quais se expandiram pela internet na área de consumo com muita força (MUHIDIE, 2013). Quanto a esse aspecto, também ressalta Nascimento (2009):

É lógico que a competência essencial de toda empresa que trabalha no mercado virtual é oferecer uma boa página na internet, com uma boa visualização, facilidade na busca e segurança nas informações (referindo-se especialmente as empresas que atuam somente no mercado virtual e na área da gestão do comércio eletrônico nas organizações que atuam tanto no comércio virtual como no real). Por esse motivo é que a área da empresa que trata dos estoques e da logística integrada administra desde a cadeia de suprimentos até a entrega do produto ao cliente, fatores estes,

preponderantes no sucesso ou insucesso de uma empresa que atua no mercado virtual (NASCIMENTO, 2009, p. 40).

A função de venda exercida através de sites como americanas, mercado livre, nike, dentre vários outros serviços virtuais de venda, assim como o armazenamento de informações em nuvem, propicia a acessibilidade aos produtos de forma rápida e fácil. Esse recurso se expandiu e tomou enorme proporção nos meios de comunicação, transformou-se num meio vital para o desenvolvimento das negociações de forma web. Com praticidade, comodidade, confiabilidade e portabilidade nos mais diversos campos de atuação tecnológica (SANTOS, 2010).

2. COMPUTAÇÃO EM NUVEM PERSPECTIVAS PARA O E-COMMERCE

A princípio, no período de surgimento dos recursos computacionais, existiam os chamados mainframes (computadores enormes, milhares de válvulas e circuitos, ocupavam grande espaço, consumiam muita energia) a essa estrutura estavam conectados os terminais burros (computadores que não possuíam capacidade de processamento, precisavam retirar informações do servidor). No entanto, com o desenvolvimento dos recursos computacionais, o processo de vendas tradicionais, passou para a fase do e-commerce (mercado eletrônico), tornando muito mais rápido e fácil a circulação de produtos (MUHIDIE, 2013).

Com a modernização das máquinas cada computador passou a ter seus próprios mecanismos de armazenamento, partes físicas como o HD, capacidade de processamento com a utilização do processador. No entanto o modelo dos Mainframe foi apenas reinventado, pois o funcionamento da computação em nuvem está ligado à utilização de servidores que armazenam as informações, sendo encaminhadas via internet, sendo vinculado aos recursos de utilização das informações armazenadas em nuvem. Desse modo é possível um cliente acessar um produto para poder adquirir de forma virtual, através da plataforma de sites das lojas, verificar preços, entrega, descontos, cadastro, todo processo de forma tecnológica (COSTA, 2012). Sob esse prisma, nos assevera Santos (2015):

A tecnologia vem como suporte para implantação das decisões da gestão estratégica. De acordo com os problemas que surgem ou que já existe nas organizações, a gestão do conhecimento aliada a tecnologia da informação, deverá desenvolver as estratégias que garantam novos conhecimentos e que sejam disseminados. Exemplificando, a gestão do conhecimento e a tecnologia não devem ter como alvo apenas um indivíduo, mas sim um conjunto, para que todos gerem conhecimentos,

para que se faça presente o processo de aprendizagem a fim de expandir a eficácia de toda organização, bem como o conhecimento (SANTOS, 2015, p. 10).

O conceito de computação em nuvem está caracterizado pela estrutura da própria internet ser a nuvem. De modo que as informações são inseridas nos servidores que realizam o armazenamento. A arquitetura de *cloud computing* é estabelecida a partir de servidores web que conectados com a internet permite aos clientes acessar produtos de forma virtual ao qual tem acesso através dos sites web, a exemplo deste serviço está nas lojas de varejo (SARACENI, 2011).

Novas ferramentas de gestão de negociação causaram revolucionárias modificações no cenário econômico e padrão de convivência das pessoas, estabeleceu novos parâmetros para os setores de negócio. A modernização em geral de todos os setores desencadeou novos panoramas e projeção para a sociedade, sendo um novo tempo com tendência viavelmente progressivas e de crescente propagação e vendas em massa. Neste cenário é primordial a adaptação dos sistemas empresariais principalmente no e-commerce (PINHEIRO, 2012).

No conceito da utilização da computação em nuvem em conjunto com as estratégias de gestão de negócios, os sistemas de negociação eletrônica são uma importante ferramenta para as empresas se estabelecerem no mercado. O processo ocorre de maneira mais eficiente à medida que as informações se estabelecem de maneira acessível aos consumidores (SARACENI, 2011).

Atual cenário de mercado se encontra num panorama de crescente inovação tecnológica nos produtos pelo qual a computação em nuvem se destaca como uma importante gestão de negócios vitais para o progresso econômico. Todos os setores possuem bases que interagem umas com as outras, conectadas para trabalharem em conjunto, são cedidos em estruturas que buscam a organização dos processos no e-commerce (SANTOS, 2010).

Um importante recurso do e-commerce, são as bases das informações armazenadas na computação em nuvem em parceria com a inteligência artificial, pois, atualmente, as empresas estão inseridas num nicho econômico no qual a análise de consumo do cliente, os desejos, vontades, perfis de compra das pessoas são feitos através das próprias pesquisas realizadas pelos usuários. Nos sites de busca da internet, as informações são catalogadas, filtradas e geram um resultado, isto é possível graças ao recurso da inteligência artificial que torna

possível analisar os desejos de consumo dos usuários gerando para os vendedores uma poderosa ferramenta de negociação (NASCIMENTO, 2009).

Um das grandes bases do comércio eletrônico é a utilização de uma grande ferramenta de mercado no atual cenário, o CRA – atua na oferta de produtos, no qual se trabalha o conceito de (número de ofertas, conversão de produtos). Este poderoso método de negociação dos promotores de venda, estabelece o uso da tecnologia da informação utilizando um banco de dados da própria computação em nuvem aliado com o e-commerce (NETO, 2011).

As inovações no setor do comércio eletrônico possuem também poderosas ferramentas que auxiliam no crescimento econômico de uma empresa. Sendo que um sistema de negociação implantado influencia diretamente na eficiência dos processos. Fornecendo recursos para a fomentação do crescimento da empresa e atratividade de clientes, ao ponto que as informações em nuvem possibilitam flexibilidade de consumo (NASCIMENTO, 2010). Ressalte-se, ainda, o que diz Saraceni, (2011) sobre essa questão.

A empresa ou o usuário poderá comprar capacidade de processamento por sua necessidade de uso, quando houver necessidade em épocas de maior demanda, e quando essa necessidade diminuir, não terá de manter essa capacidade, podendo assim pagar apenas pelo que for necessário naquele novo momento. Já o provedor poderá realocar as capacidades disponíveis para quem estiver demandando (SARACENI, 2011, p. 15).

Existem diversos serviços de computação em nuvem, de modo que a sua função está estabelecida em diversos recursos aplicados na área web, pois os servidores operam na alocação e processamento de dados, trabalhando de forma virtual, estando disponíveis aos clientes. As aplicações web em nuvem são portadoras de serviços que oferecem acesso a produtos gratuitos, um mercado de aquisição disponível através de um celular ou computador (SANTOS, 2010). Quanto a esse ângulo Muhidie, (2013) apresenta o seguinte:

O comércio é mais do que apenas a troca de um produto ou serviço por dinheiro. Ele inclui pesquisa, desenvolvimento, marketing, propaganda, negociação, vendas e suporte, ou seja, aprender a conhecer as necessidades dos clientes e adaptar-se a elas. Hoje já é uma realidade a transação comerciais pela Internet (Muhidie, 2013, p. 7).

Segundo Santos, (2010) os pontos positivos da computação em nuvem estão na alocação de informações em espaço virtual, a redução de custos, além de não ser necessário a

aquisição de hardware com alto valor comercial para aumento da capacidade de armazenamento, pois o usuário paga por apenas aquilo que deseja de espaço virtual. Os arquivos podem ser guardados em nuvem, além da segurança e portabilidade de acessar os dados a qualquer momento, necessitando apenas da conexão web. No entanto como desvantagem dessa estrutura está a dependência da internet.

No percurso de uma construção de uma empresa sólida no mercado eletrônico, a mesma passa por desafios, dos quais estes mesmos formatam e alinham os princípios (visão, missão e valores). Um norteamento interno da própria corporação, suas definições de mercado, distinções, qualificação as quais a colocam prontamente com um atendimento de excelência para atender os clientes com flexibilidade e confiabilidade, estabelecem uma aliança perfeita entre computação em nuvem em conjunto com o e-commerce (NASCIMENTO, 2009).

Um aspecto muito importante no e-commerce é o nível de satisfação dos clientes, de modo que, se a empresa está apresentando um bom nível de lucro, mas seus usuários estão descontentes como os serviços prestados, a tendência dessas rentabilidades é que as mesmas ocorram de modo passageiro, obviamente as pessoas optaram em realizar aquisição em outros sites de venda. Desse modo, a negociação deve ser honesta e clara com benefícios para ambas as partes, garantindo a segurança dos dados armazenados em nuvem e comodidade da aquisição no mercado eletrônico (PINHEIRO, 2012).

Os métodos de negociação no comércio eletrônico são práticas que estabelecem uma poderosa ferramenta de fomentação financeira. Implementação de produtos no e-commerce, atuam na inserção de políticas de marketing, portfólio de itens de venda, usabilidade de interface por parte do usuário, estabelece um panorama de competição em relação aos concorrentes (NETO, 2011).

Com relação às características de produtos e serviços do e-commerce no atual cenário econômico tem por objetivo atender a demanda de mercado e acompanhamento das inovações. A tecnologia da computação em nuvem é uma poderosa ferramenta que auxilia no processo de desenvolvimento e qualidade do atendimento.

Um importante quesito da utilização de sistema de informação, principalmente a computação em nuvem leva em consideração a sua gestão, além de filtrar e analisar as informações catalogadas, obtendo dados para entrega de resultados para o e-commerce. Nos

aspectos de avaliação de qualidade, com intuito de proceder com um banco de dados disponível, que contribue como fonte de informação a ser explorado, além de identificar os resultados estabelecidos por um projeto na venda de um produto (NASCIMENTO, 2009). Também Pinheiro, (2002) nos assevera que:

Uma das soluções mais eficazes envolve o estabelecimento de relações B2B, onde comprador e vendedor são empresas e podem cooperar entre si criando benefícios para ambas as partes, pois tem objetivos comuns. A relação faz com que as empresas utilizem diversas formas de marketing on line para atrair clientes, por meio de banners interativos, que por sua vez, estes clientes podem utilizar o marketing viral on line (marketing boca a boca on line) para disseminar informações sobre produtos, serviços e experiências de uma compra (PINHEIRO, 2002, p.5).

Os recursos tecnológicos que existencialmente podem ser remodelados ao longo do tempo. Nos primórdios das invenções tecnológicas grandes intelectuais como Neumann, entre outros, foram contribuintes para esse processo de remodelagem computacional. Segundo Borges, (2013) computadores enormes, necessitavam de grande capacidade de energia para seu funcionamento, período em que a capacidade dos processadores era medida em bits, espaçamento do HD pequeno, além dessas máquinas requererem elevado grau de conhecimento na área, possuindo alto custo de aquisição e inacessível a usuários comuns. No novo padrão de mercado permitido pelo avanço da tecnologia os produtos na web estão dispostos a usuários comuns que possuam acesso à internet, de certa forma o comércio eletrônico se tornou democraticamente acessível a todos os tipos de público.

Cloud computing é um modelo que habilita de forma simplificada o acesso on-demand a uma rede, a qual possui um pool de recursos computacionais configuráveis (por exemplo, redes, servidores, storages, aplicações e serviços) que podem ser rapidamente provisionados, configurados e liberados com um esforço de gerenciamento mínimo e automatizado. Esse modelo de cloud provê alta disponibilidade e é composto de cinco características essenciais, três modelos de serviços e quatro modelos de implantação. (NETO, 2011).

As transformações ocorridas nos mais diversos campos ao longo da história propulsionaram o desenvolvimento tecnológico. Situação em que naturalmente protagonizou o requerimento e a necessidade de serviços web de armazenamento virtual. Muitas transações financeiras, econômicas, em todas as áreas, atualmente, são totalmente dependentes deste tipo de serviço. A expansão na comercialização se estabeleceu devido às vantagens de transações de produtos com rapidez, num fluxo muito alto produção, de maneira web, diminuindo a proporção das distâncias e as barreiras de aquisição (MUHIDIE, 2013).

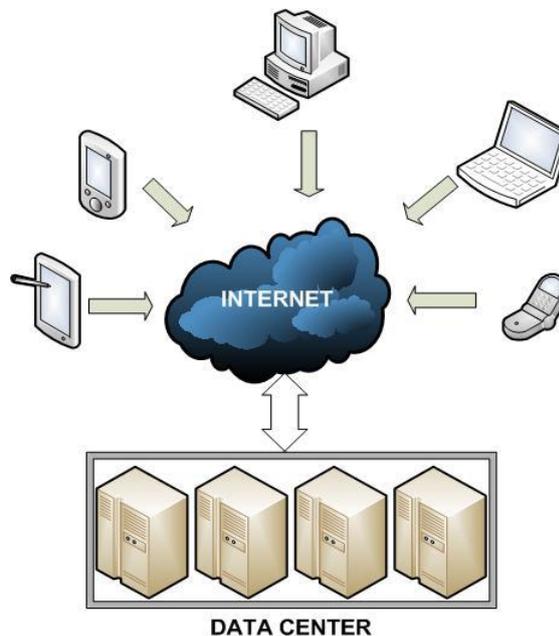


Figura 1. Arquitetura de Plataforma de nuvem

Fonte: NETO, 2011

No cenário atual os meios tecnológicos têm acompanhado o desenvolvimento eletrônico, além de que a estrutura dos softwares tem incidido a criação de ferramentas que aproveitem melhor os computadores. Tendo como função desse tipo de tecnologia a praticidade de utilização, deste próprio desenvolvimento se estabelece a comercialização no mercado eletrônico. (SANTOS, 2010). Também Nascimento, (2009) pontua que:

O grande crescimento do e-commerce se deve muito à mudança de hábito das pessoas, que estão deixando de realizar suas compras em lojas reais e estão optando por lojas virtuais. Dentre os fatores considerados como impulsionadores dessa mudança de hábito destacam-se a conveniência da compra sem sair de casa, levando em consideração as grandes cidades ou regiões mais afastadas onde o acesso a centros comerciais torna-se difíceis e também o custo-benefício, já que na grande maioria das vezes os produtos comprados pela internet têm custos menores que os comprados nas lojas reais, bem como uma maior facilidade de encontrar determinado produto em estoque [NASCIMENTO, 2009].

As mudanças e as transformações ocorridas no meio tecnológico, de modo geral, também são responsáveis pela partição em si de modificar o acesso disposto de tecnologias e recursos nas demasiadas competições que giram em torno da computação. Com relação a segurança no processo de aquisição dos clientes em espaços virtuais como é o caso da computação em nuvem, o servidor permite grande confiabilidade e integridade nas

informações armazenadas. No entanto, é importante a atenção do consumidor na medida que as informações são expostas, isto está diretamente ligada ao tipo de site no qual é realizado a compra, indicadores de segurança que devem ser analisados [Muhidie, 2013].

3. CONCLUSÃO

Tomando por base as informações recolhidas, este trabalho constata a integração da comunicação, a partir de serviços em nuvem. A consequente evolução da história do hardware e software estabeleceram novos padrões computacionais, formalizando uma complexa rede interligada. O lastreamento dos recursos computacionais virtuais, sendo periodicamente atualizado e melhorado, comprova a modernização da sociedade em geral, responsável pelo gerenciamento de novos padrões de vida e o lançamento do comércio eletrônico como alternativa de negociação de produtos com ótimos resultados.

Portanto a computação em nuvem faz a integração dos novos meios de compra e venda de produtos, estabelecendo novo conceito para o e-commerce otimizado com agilidade e praticidade. De modo que o consumidor atualmente possui um novo padrão de comportamento com relação as características de produtos e serviços prestados [Pinheiro, 2012].

Os recursos em nuvem são viáveis para acesso de produtos de forma on-line, escolha de itens numa plataforma web. A busca por ferramentas alternativas ou pela própria necessidade de guardar documentos, se tornaram comuns no século XXI. Atualmente a indústria computacional trabalha em busca da inovação tecnológica de computador e software. Decorrente do processo de modernização de forma geral, a informação se multiplica a cada dia sendo necessária a disposição de espaço para todos esses dados [Santos, 2010].

Segundo [Pinheiro, 2012], a necessidade de incorporação e alocação de dados em nuvem, permitiram que esses serviços de armazenamento ganhassem grande dimensão no cenário mundial com relação ao compartilhamento de informações, além dos altos índices de utilização dessas tecnologias. No entanto, é necessário analisar que muitos usuários ainda possuem certa insegurança em relação à computação em nuvem, além de algumas dificuldades de utilização, principalmente numa plataforma de um site de venda, é importante analisar quais critérios permitem a segurança de compra de seus clientes.

As demasiadas aplicações de armazenamento em nuvem são contribuintes de um processo largamente marcado por mudanças benéficas ao bem-estar da sociedade. Apesar dos

pontos negativos existentes, é indiscutível a percepção de uma radical mudança no estilo de vida das pessoas, dispondo-se de conteúdos acessíveis das mais diversas localidades do planeta. Os produtos se tornaram mais acessíveis através do comércio eletrônico, no qual o cliente recebe com praticidade e comodidade o item adquirido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORGES, H. P.; Souza, J. N.; Schulze, B. and Mury R.; “*Computação em nuvem*”, Federal Institute of Education, Science and Technology of Maranhão, São Luís, Brasil, 2013.

COSTA, M.; “*Computação em nuvem*”, Universidade Lúrio Faculdade de Arquitetura e Planejamento, 2012.

MUHIDIE, Y. M. I.; “*Computação em nuvens*”, Universidade Lurio, Faculdade De Arquitetura E Planeamento Físico, 2013.

NASCIMENTO, A. R. et al; “*E-commerce: O melhor caminho no mercado atual*”, Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM, Monografia curso de administração – marketing, Marília – SP, 2009.

NETO, O. O.; Freitas, R. J.; “*Computação em nuvens, visão comparativa entre as principais plataformas de Mercado*”, Curso de Sistemas de Informação da Faculdade Estácio Do Ceará-UFPE, 2011.

PINHEIRO, B. N. et al; “*A terceirização da tecnologia da informação e a computação em nuvem: um estudo de caso na empresa de comércio eletrônico barato bom*”, Belém – PA, 2012.

SARACENI, A. V.; et al; “*Computação em nuvem como ferramenta de gestão para pequenas e médias empresas brasileiras*”, UTFPR, PR, 2011.

SANTOS, C. A. et al; “*Computação em nuvem: Conceitos e Perspectivas*”, pós-graduação Gestão e tecnologia da Informação, IETEC-Instituto de Educação e Tecnologia, 2010.