

A hand in a suit sleeve is placing a wooden block on top of a stack of other wooden blocks. The stack is built on a white surface. The blocks have various business-related icons: a person on top, a stack of coins, a pie chart, a bar chart, gears, a megaphone, and a group of people. A small figure of a person is standing on the top block, holding a ribbon. The background is a blurred office setting.

**ELÓI MARTINS SENHORAS
(ORGANIZADOR)**

GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS, PRIVADAS E DA SOCIEDADE CIVIL



**ELÓI MARTINS SENHORAS
(ORGANIZADOR)**

GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS, PRIVADAS E DA SOCIEDADE CIVIL

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Natália Sandrini de Azevedo

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Fernando José Guedes da Silva Júnior – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão

Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
 Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
 Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
 Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
 Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
 Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
 Prof. Ma. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
 Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
 Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco
 Prof. Me. Douglas Santos Mezacas -Universidade Estadual de Goiás
 Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
 Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
 Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
 Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
 Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
 Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
 Prof. Me. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
 Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
 Prof. Me. Javier Antonio Albornoz – University of Miami and Miami Dade College
 Profª Ma. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
 Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
 Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
 Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual de Maringá
 Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
 Prof. Me. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

G393 Gestão de organizações públicas, privadas e da sociedade civil
 [recurso eletrônico] / Organizador Elói Martins Senhoras. – Ponta
 Grossa, PR: Atena, 2020.

Formato: PDF
 Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
 Modo de acesso: World Wide Web
 Inclui bibliografia
 ISBN 978-65-86002-80-5
 DOI 10.22533/at.ed.805200804

1. Administração pública. 2. Gestão da qualidade total.
 I. Senhoras, Elói Martins.

CDD 352.357

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

O campo de estudos em Administração tem emergido entre os séculos XX e XXI como uma frutífera arena de renovação nas ciências, o que repercute em uma clara ampliação de temas e atores envolvidos ao longo do tempo que são observados à luz de um olhar que simultaneamente é comprometido com a explicação das realidades concretas e com a prescrição de planos e estratégias para as organizações.

Corroborando com a agenda de estudos administrativos no Brasil, o presente livro, “Gestão de Organizações Públicas, Privadas e da Sociedade Civil”, tem definido em seu título o objetivo de apresentar uma plural agenda de estudos com base em pesquisas desenvolvidas pela comunidade científica nacional sobre modelos de gestão da realidade organizacional *lato sensu* do país.

Fruto de um trabalho coletivo engendrado por quase cinquenta pesquisadores, oriundos de instituições de ensino superior públicas e privadas de todas as regiões brasileiras, esta obra traz contribuições que valorizam a pluralidade e a construção científica do campo de Administração da partir de um trabalho interinstitucional no país.

Organizado em dezenove capítulos, este livro foi estruturado por meio de uma lógica discursiva de gradação crescente, na qual os três primeiros capítulos exploram estudos de gestão público-privada, passando para cinco capítulos focalizados na gestão pública, até se chegar aos dez capítulos seguintes que abordam estudos de gestão privada.

No primeiro eixo de capítulos, sobre gestão público-privada, são abordadas de modo genérico as diferenças e convergências entre a Administração Pública e Privada, bem como de modo específico as relações virtuais de consumo e o papel regulatório do Estado, além daquelas relações entre o Setor Público e o Setor Privado na produção do *American Way of Life*.

No segundo eixo de capítulos, focalizado em gestão pública, as pesquisas apresentadas abordam diferentes exemplos de sistemas de gestão e de governança pública no Brasil, a partir de um olhar específico de estudos de casos sobre políticas públicas, respectivamente identificados por análises sobre as políticas orçamentária, de saúde, segurança pública, controladoria e infraestrutura.

No terceiro eixo de capítulos, sobre gestão privada, dois capítulos apresentam uma natureza teórica em contraposição a oito capítulos com estudos de casos empíricos, os quais em sua totalidade exploram temáticas com foco setorial (mercado acionário e comércio varejista), bem como em organizações de ensino superior, em empresas multinacionais, ou, ainda relacionadas a empreendedores.

A fundamentação para o desenvolvimento destes dezoito capítulos reside em um recorte teórico plural, mas cujo recorte metodológico exploratório, descritivo

e explicativo possibilitou, tanto, a convergência de procedimentos de revisão bibliográfica e documental no levantamento de dados, quanto, a adoção diferenciada de técnicas de hermenêutica, estatística e análise de discurso na interpretação dos dados.

Com base nas análises e discussões construídas ao longo dos dezoito capítulos exibidos nesta obra, há uma rica contribuição teórica, metodológica e empírica para o enriquecimento deste plural e crescente campo de estudos científicos em Administração no Brasil, o qual cada vez mais se amplia em suas agendas, temas e atores em razão de produções como esta, que vislumbram o debate a partir de um esforço interinstitucional coletivo.

Em nome deste frutífero trabalho coletivo de pesquisadoras e pesquisadores, comprometidos com as realidades organizacionais públicas, privadas e da Sociedade Civil, bem como com a própria construção de um rico e plural campo de estudos em Administração no Brasil, convidamos você para explorar conosco as diferentes facetas teóricas e empíricas nos temas abordados ao longo deste livro.

Excelente leitura!

Elói Martins Senhoras

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
DIFERENÇAS E CONVERGÊNCIAS ENTRE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E ADMINISTRAÇÃO PRIVADA	
David Nogueira Silva Marzzoni Leonnam Massias Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.8052008041	
CAPÍTULO 2	12
RELAÇÕES DE CONSUMO VIRTUAIS E A INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL	
Pablo Martins Bernardi Coelho	
DOI 10.22533/at.ed.8052008042	
CAPÍTULO 3	22
A EFERVESCÊNCIA ALÉM DOS COPOS: UMA REFLEXÃO SOBRE O PRODUTO COCA COLA E O <i>AMERICAN WAY OF LIFE</i>	
Patrícia Maragoni Machado de Almeida Joyce Gonçalves Altaf Luciano Alves Nascimento Márcio Moutinho Abdalla	
DOI 10.22533/at.ed.8052008043	
CAPÍTULO 4	34
ROLAGEM DA DÍVIDA PÚBLICA MOBILIÁRIA FEDERAL	
Gustavo Celeste Ormenese	
DOI 10.22533/at.ed.8052008044	
CAPÍTULO 5	50
A GESTÃO DE AUDITORIA NO SISTEMA ÚNICO DE SAÚDE – SUS	
Albrendell Andrade Ferreira Hellen de Paula Silva da Rocha Tereza Cristina Abreu Tavares	
DOI 10.22533/at.ed.8052008045	
CAPÍTULO 6	67
REGRESSÃO MÚLTIPLA COMO INSTRUMENTO DE EXPLICAÇÃO DO ÍNDICE DE VIOLÊNCIA NO BRASIL EM 2014	
Americo Matsuo Minori Afonso Fonseca Fernandes Heber José De Moura	
DOI 10.22533/at.ed.8052008046	
CAPÍTULO 7	79
COMPONENTES DE GOVERNANÇA INTELIGENTE PARA O COMBATE À CORRUPÇÃO: UM ESTUDO A PARTIR DA ATUAÇÃO DO TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DO PARÁ	
Rafael Larêdo Mendonça Cynthia Meireles Mário Margalho	
DOI 10.22533/at.ed.8052008047	

CAPÍTULO 8	94
ESTRUTURA E MANUTENÇÃO DAS VIAS PÚBLICAS DE PARNAÍBA: IMPACTOS DO ESCOAMENTO DA ÁGUA PLUVIAL	
Andressa Santos Ferreira Ana Gabriella Esmeraldo Barbosa Mara Águida Porfírio Moura Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva	
DOI 10.22533/at.ed.8052008048	
CAPÍTULO 9	101
PLANEJAMENTO DE CARREIRA PARA ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR DA CIDADE DE VALENÇA – RJ	
Thiago Calixto Mesquita Alessandra dos Santos Simão	
DOI 10.22533/at.ed.8052008049	
CAPÍTULO 10	116
PROCESSO DE EMPODERAMENTO DE MULHERES QUE ATUAM EM PROGRAMAS <i>STRICTO SENSU</i>	
Leticia Gracietti Cristina Keiko Yamaguchi	
DOI 10.22533/at.ed.80520080410	
CAPÍTULO 11	127
CONSULTORIA E GOVERNANÇA NA INTERNACIONALIZAÇÃO DO ENSINO SUPERIOR - UMA ABORDAGEM DA GESTÃO DO CONHECIMENTO	
Cleverson Tabajara Vianna Luciane Stallivieri Fernando Álvaro Ostuni Gauthier	
DOI 10.22533/at.ed.80520080411	
CAPÍTULO 12	147
O USO DO <i>COMMONKADS</i> NA METODOLOGIA LEAN SIX SIGMA	
Eduardo Zeferino Máximo Phillipi de Macedo Coelho Andreici Vedovatto João Artur de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.80520080412	
CAPÍTULO 13	159
BALANCED SCORECARD: UM ESTUDO SOBRE OS INDICADORES DE DESEMPENHO DA EMPRESA VALE S/A COM BASE NESSA FERRAMENTA DE GESTÃO	
Ingrid Pedro Freire Louro Fábio Braun Silva Marcelo Silva Alves Paulo Roberto Miranda de Oliveira Thiene Diniz Braun Silva	
DOI 10.22533/at.ed.80520080413	

CAPÍTULO 14	172
PLANO DE NEGÓCIO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE BOM JESUS DA LAPA BAHIA	
Cassiana Santos da Silva Farias Manoel Joaquim Fernandes de Barros Livia Veiga de Oliveira Bispo Eder Batista Reges	
DOI 10.22533/at.ed.80520080414	
CAPÍTULO 15	184
A IMPORTÂNCIA DA AUDITORIA INTERNA PARA TOMADA DE DECISÃO: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA RAVIERA MOTORS BMW SITUADA NO MUNICÍPIO DE ANANINDEUA-PA	
Antônio Renato Bezerra Noronha André Luis Lopes Rezende	
DOI 10.22533/at.ed.80520080415	
CAPÍTULO 16	198
METODOLOGIA PARA SELEÇÃO DO MÉTODO DE PREVISÃO DE DEMANDA DE ITENS PROMOCIONAIS NUMA EMPRESA DO RAMO VAREJISTA DO RIO DE JANEIRO	
Aline Vasconcellos Guedes Lima Fábio Braun Marcus Brauer Marcelo Silva Alves Denílson Queiroz Gomes Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.80520080416	
CAPÍTULO 17	211
QUALIDADE DA AUDITORIA, GOVERNANÇA E VALOR DE MERCADO: UM ESTUDO PARA O MERCADO ACIONÁRIO BRASILEIRO ENTRE 2010 E 2017	
Naiara Leite dos Santos Sant' Ana Paulo Celso Pires Sant' Ana Aureliano Angel Bressan	
DOI 10.22533/at.ed.80520080417	
CAPÍTULO 18	232
IFRS 16: IMPACTO DA CONTABILIZAÇÃO DOS CONTRATOS DE ARRENDAMENTO MERCANTIS OPERACIONAIS NO SETOR DE TRANSPORTE AÉREO	
Tatiane Ribeiro Mônica Aparecida Ferreira Hugo Leonardo Menezes de Carvalho Layne Vitória Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.80520080418	

CAPÍTULO 19	249
SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS DO RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO DO CAMPUS CERRO LARGO DA UFFS COM RELAÇÃO AO MODELO DE GESTÃO OPERACIONAL ADOTADO	
Sandro Adriano Schneider	
DOI 10.22533/at.ed.80520080419	
SOBRE O ORGANIZADOR	268
ÍNDICE REMISSIVO	269

RELAÇÕES DE CONSUMO VIRTUAIS E A INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL

Data de aceite: 27/03/2020

Data de Submissão: 01/01/2020

Pablo Martins Bernardi Coelho

Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG

Frutal – Minas Gerais

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0584374185581812>

RESUMO: Diante da evolução da informática e todas as inovações que foram subsequentes à mesma, as relações de consumo sofreram alteração conjuntamente nas últimas décadas. Nesse sentido, as lojas virtuais não estão excluídas de ocasionar danos para a parte hipossuficiente do negócio jurídico, ou seja, o consumidor. Pelo grande crescimento desse tipo de comércio, conseqüentemente, as reclamações nos últimos anos vêm aumentando na mesma proporção que o número do crescimento das vendas virtuais. Assim, o Direito, instrumento que normatiza a sociedade, deve acompanhar as mudanças tecnológicas e o perfil do consumo da população para que esteja preparado para as necessidades da sociedade atual no âmbito jurídico. Desse modo, tal projeto por meio de pesquisas a jurisprudências, doutrinas e da própria legislação (Código Civil e Código de Defesa do Consumidor) visa a análise da concessão da indenização por danos morais nos casos

das compras feitas por e-commerce. Para as empresas e lojas online tal amparo jurídico ao consumidor também possibilita uma maior confiança na realização dos negócios, já que se tem uma garantia palpável. Com isso, a partir do presente trabalho, é importante ressaltar a necessidade de uma regulamentação voltada para o meio virtual e a aplicação da indenização não apenas por dano material, como acontece na maioria dos casos, mas também por dano moral caso constatado tal detrimento ao consumidor, para portanto, atuar como meio para garantia dos direitos e da manutenção de um ambiente favorável para o crescimento do e-commerce e proteção do consumidor.

PALAVRAS-CHAVE: dano moral; comércio; consumo virtual

VIRTUAL CONSUMPTION RELATIONS AND MORAL DAMAGE COMPENSATION

ABSTRACT: Against the evolution of computing and all its subsequent innovations, the consumer relations suffered changes, in the last few decades. In this regard, the virtual stores can also cause damages for the disadvantaged parties in the juristic act, that is, the consumer. Because of the great increasing in this kind of commerce, the complaints have been also increasing proportionally in the past few years. Therefore, the Law, that controls the society,

must follow this technological evolution, as well as the population's consuming profile, in order to be ready for its changing needs in the legal scope. Thus, this paper aims to analyze the compensation for moral damages in case of e-commerce purchases, by researching through the jurisprudence, doctrines and the legislation (Civil Code and Consumer Protection Code). For the virtual companies and stores, this juridical support to the consumer also enables a higher security in business, once it creates a palpable assurance. That said, this paper aims to emphasize the need of a norm related to the virtual environment and the compensation, not only for material damage, which has happened in most cases, but also for verified moral damage to the consumer, so that it can assure the rights and the keeping of an environment enabling the increasing of e-commerce and consumer's protection.

KEYWORDS: Moral damage, Commerce, E-commerce.

1 | O DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO DO PAÍS COMO COMBUSTÍVEL PARA UMA NOVA PERSPECTIVA DE RELAÇÃO DE COMPRA E VENDA

É nítido que o surgimento dos computadores, dos celulares e da Internet atuam como “divisor de águas” na trajetória do desenvolvimento tecnológico da sociedade mundial, desempenhando um papel cada vez mais importante na vida da grande maioria dos brasileiros.

De início, a Constituição Federal, pilar de todas as normas vigentes no país, prevê a garantia do desenvolvimento econômico e social no território brasileiro, constituindo-se objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil esse desenvolvimento nacional, conforme elucidado no art. 3º, II da própria Constituição Federal.

Em decorrência dessa busca desenfreada por desenvolvimento da nação, surgem a todo instante novas tecnologias de informação e comunicação, de forma que atualmente todos os indivíduos possuem contato direto ou indireto com as mesmas.

Historicamente, foi na Segunda Guerra Mundial que surgiram, de fato, os computadores na ideia que se conhece hoje. A Marinha dos Estados Unidos, em conjunto com a Universidade de Harvard, desenvolveu o computador Harvard Mark I, projetado por Howard Aiken, com base no calculador analítico de Babbage. O Mark I ocupava 120m³ aproximadamente, e conseguia multiplicar dois números de dez dígitos em três segundos.

Em continuidade, com o surgimento do computador, mais tarde observou-se a necessidade de criar um sistema de comunicação entre as máquinas desenvolvidas. Tratando-se do surgimento da Internet no Brasil, o primeiro contato, de acordo com Eduardo Vieira (2003, p. 08-09) ocorreu em 1988, quando a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo juntamente com a Secretaria de Ciência

e Tecnologia realizou a primeira conexão à rede através de uma parceria com o Fermilab, um Centro de Pesquisa de grande relevância dos Estados Unidos. Desse modo,

o governo federal aderiu também ao acesso à internet em 1992, com a criação da Rede Nacional de Pesquisa (RNP), pelo Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) e, [...] paralelamente, surgiu no Rio de Janeiro uma organização não-governamental (ONG), chamada de Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), que se tornaria a primeira instituição brasileira fora do ambiente acadêmico a utilizar a internet através do Altnet, que era nada mais do que um serviço de correio eletrônico e grupos de discussão conectados à rede, em 18 de julho de 1989 (VIEIRA, Eduardo, 2003, p. 08-09).

Nessa perspectiva, mais adiante, tendo o acesso à internet facilitado e se dissipando ao redor do mundo, no ano de 1995 surgem nos Estados Unidos alguns dos nomes mais importantes da Internet como produto, o site de busca “Yahoo!” e a livraria virtual “Amazon.com”, sendo este mesmo ano considerado mundialmente, incluindo o Brasil, o marco histórico da Internet comercial (VIEIRA, Eduardo, 2003, p. 11), ou seja, a internet como instrumento para uma relação consumerista, possibilitando compra e venda de produtos e serviços nos mais diversificados ramos.

De maneira consoante, o doutrinador Samuel Huntington explana que “o maior desafio da evolução humana é cultural, e o mesmo se diz para o Direito, sendo assim, o Direito atua como um instrumento de regulamentação de condutas refletindo realidade da sociedade, ou seja, as normativas jurídicas devem se adequar a realidade social” (HUNTINGTON, Samuel, 1996).

Assim, o acesso à Internet foi se espalhando e adquirindo espaço em cada lar brasileiro de uma maneira extremamente rápida, se comparada a outros tipos de mudanças sociais, atingindo pessoas de todas as idades, classes sociais e etnias, gerando alterações no comportamento da sociedade em geral e, conseqüentemente, na cultura, sendo combustível para novas maneiras de relação consumerista.

Com essa inserção da internet toda a sociedade sofreu mudanças, possibilitando inovação nos meios de comunicação; novas maneiras de relação consumerista; alteração do modo de vida da população e, conseqüentemente, gera uma necessidade de evolução no Direito. Dessa maneira, diante de toda essa evolução da informática que trouxe inovações, as relações de consumo sofreram alteração de modo com que as empresas e lojas virtuais não podem ser excluídas de reparar possíveis danos que venham a lesar o consumidor, ainda que o negócio jurídico seja efetivado virtualmente, não ignorando a relação de consumo existente entre as partes.

Portanto, o Direito não pode esquivar-se das possíveis lides que vierem a surgir em decorrência de tal mudança, devendo estar preparado para solucionar de maneira justa a problemática.

2 I A NOVA MODALIDADE DE CONSUMO E O PERFIL DA SOCIEDADE CONSUMERISTA ATUAL

Em consonância, o contexto de interação entre as pessoas e as informações tem influência na maneira como se relacionam, pensam e consomem produtos. De acordo com a pesquisa realizada pelo Net Effect Systems¹ no ano de 1999, cerca de 80% dos usuários da época não utilizavam o comércio eletrônico, sendo que a falta de segurança foi a principal justificativa para esse resultado. Portanto, logo após o seu surgimento, o comércio virtual enfrentou barreiras em virtude do medo das pessoas em fazerem suas compras pela internet.

Em contrapartida, no ano de 2014, esse número de vendas efetuadas via comércio eletrônico, saltou correspondendo a 10% do total de faturamento do comércio por ano² no país, ultrapassando US\$300,00 bilhões revolucionando o meio de compra e venda de produtos, e, dessa forma, criando um comércio virtual denominado de “e-commerce”, firmando um novo tipo de relação consumerista, sendo notório o grande crescimento que este apresenta.

De modo evidente, a Internet “ganhou” a confiança das pessoas e se popularizou, gerando mudanças no perfil dos consumidores e o modo como compram, possibilitando e incentivando um aumento na realização de negócios jurídicos de compra e venda através da internet.

Assim, cabe ressaltar que o e-commerce é interessante e vantajoso para o fornecedor pelo custo de manutenção e investimento serem inferiores ao do comércio físico, por não ter um despesas altas com diversos funcionários, aluguel do espaço, contas de energia e água mais caras e não precisar necessariamente ter o estoque físico no momento que o consumidor compra o produto de fato, basta entregá-lo no prazo estipulado para o mesmo.

Já o consumidor vê vantagem nesse tipo de comércio pela facilidade em não precisar nem sair do conforto de sua casa para efetuar a compra e ter o produto em mãos recebido também em casa após alguns dias apenas. Além do preço dos produtos serem, muitas vezes, mais baixos que os comprados em uma loja física, devido a essas lojas virtuais repassarem o custo menor para o produto final, ficando, portanto, mais barato.

Em continuidade, havendo a parte consumidora; a parte fornecedora e a vontade de ambas em celebrar o contrato, tem-se uma relação consumerista. Desse modo, o e-commerce também se configura como uma relação consumerista.

Visto isso, o presente trabalho destaca a atuação do judiciário em meio à relação consumerista virtual acerca da reparação do dano moral. Além de observar o entendimento das doutrinas e da Lei perante tal problemática, pois com essa

1 Empresa da área de tecnologia atuante nos EUA.

2 Segundo dados colhidos do e-commerce Brasil

dissipação acelerada e o surgimento desse novo modo de compra de produtos ou serviços é necessário também um desenvolvimento do Direito, a fim de regulamentar e solucionar de maneira justa os conflitos que inevitavelmente surgem com esta nova prática de comércio.

3 | AS RELAÇÕES DE CONSUMO E O DIREITO

Observado a evolução da tecnologia, da internet e do comportamento da sociedade através do novo perfil de consumidor pontua-se a indispensável proteção ao consumidor no cumprimento dos contratos dos negócios jurídicos firmados virtualmente.

Nesse sentido, ao momento que se contrai uma obrigação de dar ou de fazer, no âmbito do Direito Civil, tem-se um encargo e uma responsabilidade que se espera o cumprimento. O contrato de obrigação estabelecido, pelas partes deve ser cumprido. Caso ocorra o seu descumprimento, há consequências para as partes envolvidas.

Desse modo, em conformidade com o Código Civil, o não cumprimento do contrato por alguma das partes estabelecidas gera dano, e esse dano causado ao lesado na relação jurídica deve ser reparado. Havendo, portanto, obrigação de reparar, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.

A proteção ao consumidor é fato de grande relevância ao país, cujo além do Código de Defesa do Consumidor, o próprio Código Civil normatiza a temática, elucidando em seu artigo 927: “Aquele que, por ato ilícito (artigos 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo”, e no artigo 944 do mesmo: “A indenização mede-se pela extensão do dano”. Com isso, para melhor entendimento, é relevante a distinção dos diferentes tipos de dano presentes no ordenamento jurídico, no presente trabalho, ressalta-se o dano moral.

Assim, o dano, de maneira geral, seria o “mal ou ofensa que tenha uma pessoa causado a outrem, da qual possa resultar uma deterioração ou destruição à coisa dele ou um prejuízo a seu patrimônio” (SILVA, 1993, p. 3).

Dando prosseguimento, dano material seria mais um elemento dos pressupostos da responsabilidade civil, conforme estabelece Flávio Tartuce. Nesse viés, o doutrinador Clayton Reis conceitua o dano material como aqueles que atingem os bens e objetos de natureza corpórea ou material e, por consequência, são suscetíveis de imediata avaliação e reparação possuindo valor econômico no campo das relações negociais.

Como adendo, vale conceituar também o dano moral, no qual, de acordo com a doutrinadora Maria Helena Diniz é “a lesão de interesses não patrimoniais de pessoa

física ou jurídica, provocada pelo ato lesivo” (DINIZ, 2003, p. 84) e de maneira complementar, Carlos Roberto Gonçalves assevera que:

dano moral é o que atinge o ofendido como pessoa, não lesando seu patrimônio. É lesão de bem que integra os direitos da personalidade, como a honra, a dignidade, intimidade, a imagem, o bom nome, etc., como se infere dos art. 1º, III, e 5º, V e X, da Constituição Federal, e que acarreta ao lesado dor, sofrimento, tristeza, vexame e humilhação” (GONCALVES, 2009, p.359).

Em continuidade, a comprovação da existência de dano material é mais simples, visto que possui a materialidade do dano evidente compreendendo documentos, comprovantes de pagamento, e outros.

Por outro lado, o dano moral é intrínseco ao indivíduo lesado, sendo que dificilmente é certificado através de documentos palpáveis, sendo bastante enigmático em virtude da sua subjetividade. Contudo, a problemática não pode ser ignorada pelo julgador nos casos concretos, devendo ser reconhecido através do contexto dos fatos.

Desse modo, é valioso que seja garantido aos consumidores os princípios do Código de Defesa do Consumidor e Código Civil, a fim de haver a reparação por danos morais, se couber, avaliando os casos minuciosamente para que o consumidor lesado, parte hipossuficiente da relação de consumo, não seja prejudicado em nenhuma hipótese.

Nesse aspecto, de acordo com a 37ª edição da pesquisa Webshoppers, realizada no ano passado (2018), feita pela Ebit em parceria com a Elo, o faturamento do e-commerce, em 2017, foi de R\$ 47,7 bilhões e houve crescimento de 12% em relação a 2016.

Em decorrência desse crescimento acelerado, ocorre, muitas vezes, o não cumprimento do contrato por parte do fornecedor, surgindo, portanto, demandas para o judiciário sanar esses litígios oriundos dessa nova modalidade de relação consumerista.

Assim, toda vez que se constata uma violação do direito de um indivíduo determinado na relação consumerista, percebe-se uma ofensa à esfera patrimonial do mesmo e dependendo do caso atinge também à esfera moral, devendo ser julgado pelo judiciário para conseguir a reparação na forma de indenização.

4 | O RECONHECIMENTO DO DANO MORAL NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS VISTUAIS

Com o “baixo custo”³ em manter uma loja virtualmente, o mercado de comércio virtual tornou-se atrativo e cresceu significativamente nos últimos anos. Juntamente

3 Baixo custo em relação aos gastos em manter uma loja física de mesmo porte.

com isso, o assustador aumento do acesso das pessoas com acesso à internet contribuiu de maneira positiva, impulsionando ainda mais esse tipo de comércio.

Contudo, acompanhado do crescimento das vendas, vêm as situações em que o serviço não é satisfatório ao consumidor, necessitando assim, da busca pelo judiciário para sanar a lide gerada. E, é nesse aspecto que o papel do Direito se faz importante e deve acompanhar o avanço tecnológico da sociedade, progredindo para que as leis proporcionem segurança e amparo aos mesmos.

Destarte, observando o cenário jurídico atual e as jurisprudências a respeito do referido tema, a problemática se revela da dificuldade do judiciário em reconhecer o dano moral oriundo da compra por intermédio da internet, pois há uma falta de mecanismos normativos específicos para esse tipo de relação consumerista.

Em virtude de o dano moral ser intrínseco ao lesado, há uma grande dificuldade de comprovação na forma de documentos. Entretanto, não se pode fingir que ele não está presente e julgá-lo inexistente.

Como já mencionado no presente trabalho, o dano moral é a lesão causada a outrem o atingindo como pessoa, não seu patrimônio, o que torna injusto a ideia de não ser reconhecido perante as compras realizadas pela internet.

Nessa perspectiva, a título exemplificativo para tornar a problemática mais palpável, tem-se o caso hipotético em que um indivíduo realiza a compra de um brinquedo infantil destinado a presentear uma criança, sua sobrinha, na noite de Natal. O consumidor toma todos os devidos cuidados em realizar a compra com bastante antecedência para que produto esteja em mãos no tempo hábil de entregá-lo à criança na data dita por ele, visto que é algo que ela espera com ansiedade há meses, e, conforme as informações da loja, o prazo máximo estipulado para entrega está de acordo. Entretanto, ocorre que por negligência da loja fornecedora, o prazo limite de entrega se encerra, semanas depois o Natal chega e, o produto ainda não foi entregue ao consumidor.

O indivíduo sofre o dano material, visto que pagou pelo produto e não recebeu e, ainda, observa-se a lesão moral sofrida, pois ele se comprometeu a presentear a criança na data do Natal, prometendo que ela ganharia o produto tão esperado, mas isto não ocorreu por falha do fornecedor, gerando uma situação de desconforto, vergonha e frustração perante a criança.

O judiciário, em sua maioria, ainda tapa os olhos diante de situações como esta, pois ainda não acredita que as compras oriundas do comércio virtual podem gerar danos morais ao consumidor, encarando como mero aborrecimento e entendendo que o simples inadimplemento não gera o dever de indenização, o que vai à contramão dos princípios constados nas normas do Código de Defesa do Consumidor.

Essa dificuldade de reconhecimento do dano moral nas compras efetuadas por e-commerce aumenta ainda mais em virtude da falta de normatização. O Direito

necessita adequar-se na medida em que a sociedade se modifica, a fim de conseguir sanar as problemáticas existentes no meio social do país, ressaltando que a parte hipossuficiente da relação jurídica tenha amparo jurídico também nesses casos.

Nada obstante, existem alguns poucos julgados que configuram e reconhecem o dano moral em compras e-commerce, como por exemplo, o entendimento do Egrégio Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais dar-se-á:

APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO DE RESCISÃO CONTRATUAL C/C RESTITUIÇÃO DE QUANTIAS PAGAS E INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS – COMPRA VIA INTERNET - MERCADORIA NÃO ENTREGUE - DANO MORAL – CONFIGURAÇÃO - VALOR DA INDENIZAÇÃO - RAZOABILIDADE E PROPORCIONALIDADE. Constatada a falha na prestação do serviço, consubstanciada na não entrega dos produtos adquiridos pelo consumidor na internet, a fornecedora deve responder pelos danos experimentados pelo autor. O valor da indenização deve ser fixado segundo os princípios da razoabilidade e proporcionalidade, mostrando-se apto a reparar, adequadamente, o dano suportado pelo ofendido, servindo, ainda, como forma de obstar a reiteração da conduta ilícita pelo condenado. Os honorários advocatícios de sucumbência devem ser fixados de acordo com os parâmetros traçados pelo art. 20 do CPC, não se mostrando razoável a redução pretendida pela parte autora. - A sentença que entendeu dessa forma deve ser mantida e o recurso não provido. Processo: Apelação Cível 1.0439.12.017249-9/001 017249977.2012.8.13.0439 (1); Relator(a): Des.(a) Mariângela Meyer; Data de Julgamento: 26/11/2013; Data da publicação da súmula: 06/12/2013).

Em avença, o entendimento jurisprudencial do Egrégio Tribunal do Estado de São Paulo é elucidado:

EMENTA INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. COMPRA DE BICICLETA PELA AUTORA PARA PRESENTEAR SUA FILHA NO NATAL. NEGOCIAÇÃO FEITA PELA INTERNET. AUSÊNCIA DA ENTREGA DO PRODUTO DENTRO DO PRAZO. DANOS MORAIS. OCORRÊNCIA. INDENIZAÇÃO. REDUÇÃO DEVIDA. O transtorno causado à autora pelo não recebimento do produto que foi adquirido para presentear sua filha na noite de Natal aliado ao descaso da ré em tentar resolver o problema com certeza lhe causaram aborrecimentos indevidamente e transtornos que ultrapassaram o mero dissabor, ensejando a condenação por danos morais. Quantum indenizatório que deve ser fixado com base nos critérios da razoabilidade e da proporcionalidade, a fim de reparar o dano moral experimentado, sem caracterizar enriquecimento indevido. Recurso parcialmente provido. TJ-SPApelaçãoAPL 10003088920188260001. Data de publicação: 10/10/2018.

Assim, nos casos em tela, os julgadores observaram a lesão do consumidor também de natureza moral, reconhecendo que houve o dano moral e que o lesado deveria sofrer a devida reparação pelo fato lesivo ocorrido.

Por conseguinte, a reparação por dano moral nas compras realizadas pelo comércio eletrônico virtual deve ser analisada categoricamente de maneira individual, observando a possível lesão sofrida pelo consumidor, para que o mesmo não seja prejudicado de maneira alguma, sendo importante ressaltar o preceito da boa-fé em ambas as partes do negócio jurídico.

Por fim, o direito necessita adequar-se às necessidades do meio social em que se

encontra. Dessa maneira, dependendo da finalidade do produto, comprovado os fatos da compra e falha da entrega ocorridos, os tribunais devem levar em consideração a indenização por dano moral, já que muitas vezes, todo o transtorno gerado pelo não cumprimento do contrato por parte do fornecedor causou constrangimento, estresse, tensão e afins, ocasionando dano psicológico ao consumidor, atingindo sua moralidade.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Simone Diniz Junqueira; SILVA, Bruno Santana da. **Interação Humano Computador**. Elsevier Editora Ltda, Rio de Janeiro, 2010, p. 44. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=lang_pt&id=qk0skwr_cewC&oi=fnd&pg=PP2&dq=surgimento+do+computador+&ots=RND15lmXft&sig=cQNAiCAa_x11ijBL9HwsdISiW7s#v=onepage&q=surgimento%20do%20computador&f=false Acesso em: 09 jul. 2019.

CARVALHO, Marcelo Sávio Revoredo Menezes de. **A Trajetória da Internet no Brasil: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança**. 2006. Monografia (Mestrado) Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Marcelo_Carvalho17/publication/268809917_A_TRAJETORIA_DA_INTERNET_NO_BRASIL_DO_SURGIMENTO_DAS_REDES_DE_COMPUTADORES_A_INSTITUICAO_DOS_MECANISMOS_DE_GOVERNANCA/links/54774a4_30cf2a961e4825bd4.pdf. Acesso em: 30 abr. 2019.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro – Responsabilidade Civil**. 33 ed. São Paulo: Saraiva, 2019. v. VII.

FRANCO, Júlio César silva Mendonça. **Danos Morais: compensabilidade e quantificação**. 2008. Monografia (Mestrado em direito) Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Franca, 2008. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp069507.pdf>. Acesso em: 1 maio 2019.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro**. 16. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. v. III.

KEAMPF, Karl. **Historical Monograph: Electronic Computers Within the Ordnance Corps**. Cap. 2, 1961, p. 19-39.

LORENZETTI, Ricardo L. **Comércio eletrônico**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

LUNARDI, Guilherme. **12 dados que comprovam o crescimento do e-commerce no Brasil**. [S. l.], 18 jun. 2018. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/12dados-que-comprovam-o-crescimento-do-e-commerce-no-brasil/>. Acesso em: 1 maio 2019.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2006. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/28422/mod_resource/content/1/Claudia%20Lima%200Marques%20-%20Comentários%20art.%2043%20CDC.pdf. Acesso em: 1 maio 2019.

PLANALTO. **Decreto-Lei nº 7962**, de 15 de março de 2013. Brasília, 15 mar. 2013. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato20112014/2013/Decreto/D7962.htm. Acesso em: 1 maio 2019.

REIS, Clayton. **Avaliação do dano moral**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2000, p. 8-9.

SARAIVA, Vade Mecum. **Constituição Federal**. São Paulo, ed. Saraiva, 2018.

SILVA, De Plácido e. **Vocabulário Jurídico**, 12. ed., Rio de Janeiro: Forense, 1993, v. I. p. 3.

SOBHIE, Amir Ayoub; DE OLIVEIRA, Deymes Cachoeira. Proteção do Consumidor no Comércio Eletrônico: Inovações relevantes para as vendas on-line no Brasil a partir do Decreto Federal nº 7.962/2013. **Revista Eletrônica de Iniciação Científica**, Itajaí, p. 84107, 30 out. 2013. Disponível em: <https://www.univali.br/graduacao/direitoitajai/publicacoes/revista-de-iniciacao-cientificaricc/edicoes/Lists/Artigos/Attachments/934/Arquivo%2006.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2019.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE MINAS GERAIS. Apelação Cível 1.0439.12.017249-9/001 0172499-77.2012.8.13.0439 (1); Relator(a): Des.(a) Mariângela Meyer; Data de Julgamento: 26/11/2013; Data da publicação da súmula: 06/12/2013).

TARTUCE, Flávio. **Direito civil: direito das obrigações e responsabilidade civil**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2014, p. 344, v. 2.

VIEIRA, Eduardo. **Os Bastidores da Internet no Brasil: A história de sucesso e de fracasso que marcaram a web brasileira**. BarueriSP: Editora Manole Ltda, 2003, p. 8-11. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=lang_pt&id=tR4t1Lg2uCcC&oi=fnd&pg=PR18&dq=surgimento+da+internet+no+brasil&ots=0iXUVNjQa9&sig=09QmaoL3vHTBh0AAi07wyKkXsk#v=onepage&q=surgimento%20da%20internet%20no%20brasil&f=false Acesso em: 09 jul. 2019.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acionista 214, 215, 219

Administração 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 32, 34, 37, 46, 49, 50, 51, 54, 56, 63, 64, 67, 80, 81, 82, 83, 88, 92, 94, 96, 97, 99, 100, 103, 105, 109, 111, 122, 127, 139, 142, 155, 171, 172, 173, 175, 182, 184, 185, 187, 189, 190, 191, 197, 199, 209, 210, 211, 212, 214, 215, 218, 221, 222, 226, 227, 228, 229, 230, 247, 248, 253, 266, 267, 268

American way of life 22, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 31, 32, 33

Análise de componentes principais 217, 221, 222

Auditoria 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 90, 134, 138, 144, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 220, 221, 222, 224, 225, 226, 227, 228, 247

B

Balanced scorecard 157, 159, 160, 161, 162, 169, 170

Bolsa de valores 232, 234, 246

Brasil 4, 6, 9, 10, 13, 14, 15, 20, 21, 24, 32, 37, 38, 40, 41, 43, 48, 51, 52, 56, 57, 58, 59, 60, 62, 63, 64, 67, 68, 69, 76, 77, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 88, 91, 92, 93, 95, 99, 101, 110, 113, 114, 116, 127, 147, 157, 165, 169, 173, 177, 179, 197, 210, 212, 216, 223, 227, 228, 229, 230, 231, 233, 237, 238, 247, 248, 255, 266, 267

C

Carreira 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 122, 123, 124, 125

Coaching 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 114

Commonkads 147, 151, 154, 158

Compliance 127, 128, 129, 134, 143, 145

Conhecimento 3, 28, 55, 58, 59, 66, 85, 104, 106, 108, 109, 110, 112, 113, 116, 120, 122, 123, 125, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 141, 143, 144, 146, 147, 148, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 169, 175, 179, 180, 182, 188, 190, 192, 249, 261, 262, 265

Consultoria 106, 127, 133, 134, 144

Consumo 12, 14, 15, 16, 17, 22, 24, 25, 27, 31, 32, 41, 98, 194, 195, 196, 210, 261

Contabilidade 1, 4, 42, 53, 56, 64, 65, 66, 88, 185, 186, 188, 190, 191, 192, 193, 195, 197, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 237, 247, 248

Corrupção 79, 80, 81, 82, 83, 84, 87, 91, 92, 93, 97

D

Dano moral 12, 15, 16, 17, 18, 19, 20

Demanda 8, 41, 61, 79, 88, 89, 91, 92, 108, 111, 150, 152, 165, 166, 167, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 205, 206, 207, 208, 257

Desempenho 8, 54, 55, 58, 83, 84, 85, 89, 90, 123, 136, 144, 155, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 169, 170, 189, 190, 191, 196, 197, 213, 215, 219, 223, 226, 229, 230, 231, 254, 268

Dívida pública 34, 35, 36, 37, 38, 39, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49

E

Empoderamento 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126

Empreendedor 11, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 182

Empresa 2, 3, 5, 7, 8, 9, 15, 23, 29, 30, 31, 32, 51, 63, 99, 107, 110, 149, 153, 157, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 172, 174, 175, 176, 177, 179, 180, 181, 182, 184, 185, 186, 187, 188, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 203, 204, 208, 214, 215, 217, 220, 221, 222, 223, 226, 227, 236, 238, 244, 245, 248, 252, 254, 256, 260, 265, 266

Ensino superior 101, 103, 105, 106, 112, 115, 127, 128, 132, 134, 135, 137, 139, 143, 144, 146, 250, 251

Estado 4, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 19, 21, 22, 23, 35, 36, 40, 41, 42, 43, 44, 50, 56, 62, 63, 70, 72, 76, 79, 80, 81, 82, 84, 87, 89, 90, 93, 95, 96, 97, 98, 122, 135, 138, 143, 159, 172, 198, 203, 208, 267

Estados unidos 3, 5, 6, 13, 14, 23, 24, 26, 29, 31, 32, 52, 138, 237

Estratégia 2, 41, 51, 60, 64, 85, 90, 97, 161, 165, 167, 170, 182, 210, 214, 268

G

Gestão 1, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 32, 34, 35, 37, 38, 41, 44, 45, 46, 47, 50, 51, 52, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 80, 83, 84, 86, 88, 89, 90, 92, 94, 97, 98, 99, 100, 102, 114, 116, 126, 127, 130, 131, 132, 133, 136, 143, 144, 146, 147, 151, 154, 157, 158, 159, 160, 161, 163, 168, 169, 170, 172, 173, 180, 182, 184, 186, 192, 195, 198, 200, 201, 209, 210, 230, 231, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 256, 261, 265, 266, 267, 268

Governança 20, 79, 80, 81, 84, 85, 86, 87, 90, 91, 92, 93, 127, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 229, 230, 231, 247

Governo 4, 6, 7, 11, 14, 23, 24, 28, 31, 32, 34, 38, 41, 42, 43, 46, 57, 58, 59, 80, 83, 84, 97, 104, 123, 129, 135, 136, 138, 142, 161, 175, 261

H

Homicídio 67, 68, 69, 70, 72, 73, 74, 75, 76, 77

I

Informação 13, 41, 51, 59, 66, 83, 84, 86, 89, 90, 91, 92, 101, 103, 109, 122, 123, 141, 143,

158, 173, 175, 184, 185, 186, 187, 191, 193, 197, 213, 214, 215, 217, 222, 227, 232, 233, 237, 245, 246, 247, 262, 264

Infraestrutura 9, 41, 84, 88, 94, 95, 96, 98, 99, 100, 157

Internacionalização 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 138, 139, 141, 142, 143, 144, 146, 220, 226

L

Lean six sigma 147, 148, 149, 150, 151, 154, 155, 156, 157, 158

M

Melhoria contínua 149, 157

Mercado acionário 211

Metodologia 3, 58, 69, 96, 104, 105, 106, 120, 147, 148, 149, 150, 151, 158, 162, 168, 177, 179, 183, 192, 198, 202, 231, 248, 249, 254

Modelo 8, 10, 24, 72, 74, 75, 76, 77, 84, 85, 97, 129, 130, 135, 137, 138, 142, 143, 147, 148, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 162, 202, 203, 207, 209, 217, 221, 237, 238, 249, 250, 253, 254, 256

O

Organização 1, 2, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 14, 28, 51, 61, 64, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 97, 126, 132, 140, 141, 143, 147, 149, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 160, 161, 162, 167, 168, 174, 175, 176, 185, 186, 188, 189, 191, 193, 196, 199, 216, 236, 249, 254, 257, 259, 260, 265

Orientação profissional 101, 102, 103, 104, 105, 106, 111, 113, 115

P

Planejamento 4, 8, 46, 48, 59, 60, 61, 64, 66, 87, 90, 91, 92, 100, 101, 102, 103, 104, 106, 107, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 133, 139, 142, 144, 161, 162, 165, 172, 173, 174, 175, 176, 178, 179, 182, 188, 190, 196, 259

Plano de negócio 172, 174, 176, 177, 180, 181

Previsão de demanda 198, 199, 200, 201, 202, 203, 205, 206, 207, 208

Q

Qualidade 1, 2, 10, 43, 50, 51, 53, 54, 55, 56, 58, 60, 61, 62, 63, 65, 66, 76, 103, 109, 116, 123, 125, 136, 138, 149, 150, 151, 155, 156, 161, 167, 175, 185, 189, 190, 191, 199, 200, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 230, 236, 247, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 257, 259, 262, 264, 265, 266

R

Regressão múltipla 67, 68, 69

Resultado 15, 25, 39, 44, 55, 61, 68, 69, 72, 75, 76, 77, 112, 118, 119, 147, 156, 164, 165,

188, 193, 213, 215, 216, 238, 239, 241, 242, 243, 246, 254, 255, 260, 262, 266

S

Saúde 2, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 98, 105, 114, 116, 117, 168, 189, 252, 253

Setor aéreo 234, 239, 240, 246

Setor privado 4, 8, 39, 42, 57, 85, 236

Setor público 4, 5, 7, 8, 11, 37, 38, 39, 42, 54, 61, 64, 65, 81, 96, 135

Sistema único de saúde 50, 52, 53, 56, 57, 60, 63, 64, 65, 66

Sociedade 2, 6, 8, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 36, 55, 57, 77, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 87, 88, 91, 92, 97, 104, 113, 116, 119, 121, 124, 125, 128, 135, 139, 141, 157, 247, 268

T

Tomada de decisão 86, 112, 160, 161, 162, 166, 184, 186, 191, 192, 193, 196, 233, 254

V

Valor de mercado 211, 212, 214, 223, 226

Vias públicas 94, 95, 96, 98, 99

Violência 67, 68, 69, 76, 77, 119

 **Atena**
Editora

2 0 2 0