

Seleção do *CMS* mais adequado para o desenvolvimento de Plataforma com Website, Loja Online e Marketplace integrados para a Junta de Freguesia de Gião, Vila do Conde

Catarina Carvalho³ and Mariana Malta^{1,2,3}

¹Centro de Estudos Organizacionais e Sociais do Politécnico do Porto (CEOS.PP)

²Centro Algoritmi - Universidade do Minho

³ISCAP – Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, Politécnico do Porto

Author Note

Este artigo descreve o processo de seleção do Sistema de Gestão de Conteúdos (*CMS*) mais adequado para responder à necessidade de criação de uma plataforma para a Junta de Freguesia de Gião - Vila do Conde. A plataforma em causa deverá permitir a integração de uma Website, uma Loja Online e Marketplace em simultâneo, com o objetivo de ajudar a comunidade da região a divulgar os seus produtos e serviços digitalmente.

Resumo

O presente artigo foca-se numa revisão de literatura com o objetivo de selecionar o Sistema de Gestão de Conteúdos (*CMS*) mais indicado para responder à necessidade de criação de um website para a Junta de Freguesia de Gião - Vila do Conde, que pretende estar mais próxima da população e desburocratizar alguns dos seus serviços. A esta problemática, junta-se a necessidade de ajudar a comunidade daquela região a vender os seus produtos e serviços digitalmente, uma vez que muitos empresários não têm capacidade monetária e conhecimentos suficientes para fazê-lo. Portanto, é necessário encontrar um *CMS* que permita, além da criação do website, a integração de uma loja online e marketplace que sirva esses propósitos.

Além da exploração dos conceitos de Transformação Digital, *e-Gov* e *Marketplace*, este artigo descreve os *CMS* existentes através de uma comparação de funcionalidades, reunindo os requisitos necessários e, por fim, descreve resumidamente o Sistema de Gestão de Conteúdos mais adequado para desenvolvimento deste projeto, o Woocommerce (Wordpress).

Palavras-chave: Transformação Digital, *e-Gov*, Junta de Freguesia, *Marketplace*, *e-Shop*, *CMS*, *Open-Source*, *Woocommerce*, *Wordpress*.

Introdução

Com o aparecimento da pandemia Covid-19 em 2020, o setor empresarial da região de Vila do Conde, à semelhança de todos os outros municípios de Portugal, teve de adaptar os seus negócios para fazer face às dificuldades que surgiram com o encerramento dos seus estabelecimentos ao público (Elrhim & Elsayed, 2020). Uma das soluções encontradas foi a digitalização destes negócios através da venda de produtos e serviços em canais digitais, como lojas online, Marketplaces e redes sociais.

No entanto, muitas empresas e comerciantes não tiveram nem têm capacidade monetária, logística e conhecimentos suficientes para fazê-lo. Perante esta carência identificada pela Junta de Freguesia de Gião, à semelhança da necessidade de criação de um website institucional para a mesma entidade onde serão disponibilizados *online* alguns dos seus serviços, surgiu este projeto de criação de um Website com Loja Online e Marketplace integrados.

O objetivo será integrar na plataforma empresas e empresários da freguesia e de todo o concelho de Vila do Conde, o que lhes irá permitir vender os seus produtos e serviços a nível local, nacional e internacional. Com esta estratégia, o selo “*Vila do Conde*” deverá ser potenciado como uma

identidade própria que diferencie e valorize o Município ao nível do turismo, cultura, património, artesanato, gastronomia, natureza e outros produtos e serviços.

Este artigo apresenta os principais conceitos relacionados com o tema em análise, entre eles os conceitos de Transformação Digital, e-Gov, e-Marketplace, Content Management System e OpenSource. Por outro lado, apresenta uma análise comparativa de alguns dos CMS mais utilizados no mercado: Wordpress (Woocommerce), Prestashop, Magento e Shopify, de forma a identificar o sistema mais adequado para o desenvolvimento deste projeto.

Conceitos Relacionados

Transformação Digital

A evolução das tecnologias e o aparecimento constante dos mais variados desafios, nomeadamente nas novas formas de comunicação e de venda, têm obrigado as empresas (públicas e privadas) a adaptarem-se para darem resposta às suas necessidades e às da sociedade. A Transformação Digital tem vindo a afirmar-se como uma solução para reinventar negócios e otimizar processos, sobretudo desde o aparecimento da pandemia da Covid-19 em 2020. Prova disso são as declarações de Alexandre Nilo Fonseca, presidente da ACEPI, na apresentação do “Programa Comércio Digital”, cofinanciado pelo COMPETE 2020, onde afirmou que “com a pandemia da COVID-19 muitos pequenos comerciantes perceberam que têm de ter uma presença online”.

A primeira designação de Transformação Digital surgiu em 2000 pelas mentes de Patel e McCarthy associada ao processo de digitalização. Mais recentemente, Marc Sauvage referiu-se à transformação digital como o “uso de todas as tecnologias digitais disponíveis, para melhorar o desempenho dos negócios e contribuir para um aumento geral no padrão de vida” (SAUVAGE, 2019).

Frick de Moura, L. et al, (2020) acrescentam que, para que a transformação digital traga reais benefícios à sociedade e ao país, esta deve “responder às necessidades reais da localidade, identificando-se, também, outros fatores necessários ao desenvolvimento sustentável, como justiça, igualdade de género e de oportunidades”. No caso da localidade mencionada neste projeto, a freguesia de Gião, a transformação digital, através da criação de uma loja online, pode auxiliar na resposta à necessidade de digitalizar alguns serviços da Junta de Freguesia de forma a que os munícipes não tenham de se deslocar às instalações físicas da junta para tratar de determinados assuntos. Por

exemplo, para fazer requerimentos, solicitar a emissão de licenças, declarações, atestados e respetivos pagamentos, solicitar a recolha de lixo doméstico de grandes dimensões, entre outros serviços.

Além dos benefícios para a sociedade, é necessário que essa transformação acompanhe também a evolução de comportamentos da comunidade. Nos últimos anos, a sociedade tem alterado os seus hábitos de consumo, tal como refere Alexandre Nilo Fonseca (2020): “Há mais portugueses a utilizar o digital, a fazer compras online. Começamos a ver isso nos estudos sobre o impacto da COVID e há também mais sofisticação, há mais utilizadores avançados, ou seja, a usar o *homebaking* e os serviços online”. Perante estes factos, a transformação digital, através da criação de um Marketplace, pode ajudar a responder à dificuldade que a comunidade de Vila do Conde tem em vender os seus produtos e serviços digitalmente.

***e-Gov* (e-Governo ou Governo Eletrónico)**

De acordo com a Organização Mundial do Comércio (INAS, 2016), o Comércio Eletrónico pode desempenhar um papel fundamental na promoção do crescimento económico, elevando os padrões de vida da sociedade. O mesmo acontece a nível governamental, no qual se revela uma maneira eficiente e eficaz para os governos interagirem com os cidadãos, empresas e outras entidades, de modo a melhorar as transações comerciais governamentais (como compra e venda de bens e serviços) e a operar eficazmente dentro dos próprios governos.

O conceito de *e-Gov*, também designado por *e-Governo* ou *Governo Eletrónico*, não é um conceito único e pode possuir várias interpretações. Inicialmente, o termo estava mais relacionado com a prestação de serviços eletrónicos e eficiência administrativa, mas, mais recentemente, é entendido como um suporte de meios para a prática democrática (Nações Unidas, 2016: 143).

Marques, Silva e Campos (2004, p.1), vão mais longe, considerando que o Governo Eletrónico é “visto como um processo estratégico para melhorar a relação dos cidadãos e das empresas com a Administração Pública, contribuindo decisivamente, a par disso, para a sua modernização”.

Perante a vasta quantidade de propostas de conceitos existentes, aquela que parece ser a mais abrangente e completa surge numa comunicação de 2003 da Comissão Europeia intitulada *Papel da administração em linha (eGoverno) no futuro da Europa*, que afirma que *e-Gov* pode ser entendido como “a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), em combinação com mudanças organizativas e novas qualificações, com vista à melhoria dos serviços públicos, dos processos democráticos e das políticas públicas”.

Segundo a mesma comunicação, o e-Gov “permite criar uma administração melhor e mais eficiente. Melhora o desenvolvimento e a implementação das políticas públicas e ajuda o setor público a fazer face a pedidos contraditórios de fornecimento de mais e melhores serviços com menos recursos (COM, 2003).”

Por outras palavras, é possível afirmar que o bom funcionamento dos serviços de Administração Pública depende em grande escala do uso das TIC, desde os Governos Centrais até aos Regionais e Locais, na medida em que permite uma desburocratização e desmaterialização de documentos, agilizando processos internos. Desta forma, temos um serviço mais eficiente e centrado na comodidade do cidadão, uma vez que evita deslocações desnecessárias e gastos inerentes.

No caso da Junta de Freguesia de Gião, após auscultação do Executivo em diversas reuniões, é urgente implementar um Sistema que agilize e automatize alguns dos seus processos e serviços, desde o agendamento de recolhas de lixo à emissão de atestados, entre outros.

Em termos gerais, o e-Gov pode ser dividido nas seguintes principais categorias: Governo para Cidadãos (G2C), Governo para Empresas (G2B), Governo para Governo (G2G), Eficiência e Eficácia interna (IEE) e Governo para Funcionários (G2E). A seguinte tabela fornece uma descrição das quatro primeiras categorias mencionadas, no que diz respeito aos objetivos de desempenho.

Tabela 1

Categorias representativas de objetivos de desempenho do Governo Eletrónico, Turban, E. et al (2018)

G2C	G2B
Reduzir o tempo necessário para interagir com o governo.	Aumentar a capacidade das empresas de encontrar, visualizar e comentar sobre regras e regulamentos
Criar um ponto único e amigável de acesso a serviços governamentais para os cidadãos	Reduzir a carga sobre as empresas, habilitando o arquivamento de impostos e outros documentos <i>online</i>
Reduzir o tempo gasto para encontrar empregos no setor público	Reduzir o tempo para preencher formulários de exportação e localizar informação relacionada
Reduzir o tempo médio para que os cidadãos encontrem benefícios e determinem elegibilidade	Reduzir o tempo que as empresas demoram a cumprir regulamentos governamentais

Aumentar o número de cidadãos que usam a Internet para encontrar informações sobre oportunidades recreativas	Existência de competências, internas, para desenvolvimento do e-Gov
Atender a alta procura por informações	
Melhorar o valor dos serviços governamentais para os cidadãos	
Ampliar o acesso à informação para pessoas com deficiência	
Tornar a obtenção de assistência financeira do governo mais fácil, mais barata, mais rápida, e mais compreensível	
G2G	IEE
Diminuir o tempo necessário para responder a incidentes de emergência governamental	Aumentar a disponibilidade de programas de formação para funcionários do governo
Reduzir o tempo para verificação de registos públicos	Reduzir o tempo médio para processar formulários
Aumentar o número de programas de subsídios disponíveis para implementações eletrónicas	Aumentar o uso de serviços de viagens eletrónicas
Aumentar a eficiência da comunicação entre governos locais, regionais e centrais.	Reduzir o tempo e os custos indiretos para comprar mercadorias e serviços
Melhorar a colaboração com parceiros estrangeiros, incluindo governos e instituições	Planear os investimentos em IT de maneira mais eficaz
Automatizar processos internos para reduzir custos dentro dos governos, disseminando melhores práticas entre eles	Assegurar melhores serviços a custos mais reduzidos
	Cortar custos operacionais

Nota. Baseado em Egov (2003) e nas experiências dos autores.

No entanto, a implementação destes sistemas e tecnologias é, por vezes, um desafio, sobretudo para os Governos Locais, onde é necessário dar formação aos recursos humanos para a utilização das TIC. Muitas vezes, os recursos humanos existentes mostram-se reticentes a novos métodos de trabalho que envolvam um maior uso de tecnologias e as restrições orçamentais impedem a contratação de

novos recursos especializados. É o caso da Junta de Freguesia de Gião, que não possui capacidade financeira para novas contratações, tal como comprovado pelo Documento de Prestação de Contas do Ano de 2020 apresentado na Assembleia de Freguesia de Gião a 30 de abril de 2021.

Perante estes constrangimentos, é necessário encontrar soluções que permitam reduzir ou anular os custos inerentes. Muitas vezes essas soluções passam por estabelecer parcerias com outros organismos e entidades ou encontrar um *CMS* (Sistema de Gestão de Conteúdos) que forneça um conjunto de ferramentas para criação/edição de conteúdo e venda de produtos/serviços sem a necessidade de conhecimentos avançados de programação. Uma vez que a Junta de Freguesia de Gião possui este tipo de constrangimentos, recorrer a um *CMS* será a melhor opção para o desenvolvimento e posterior gestão da plataforma.

Os *CMS* (*Content Management Systems*) são uma solução acessível para este tipo de constrangimentos uma vez que “escondem o código dos usuários e permitem desenvolver e manter o site através de uma interface gráfica amigável” MARGEA, R. (2017).

Ou seja, oferecem uma maneira rápida e fácil de publicar informações e/ou vender artigos através de um sistema que pode ser personalizado sem modificar os dados existentes e sem precisar de grandes conhecimentos de programação. Além disso, permitem integrar funcionalidades como, por exemplo, venda online de produtos e serviços, relatórios de performance em tempo real, publicidade online, redes sociais, entre muitas outras.

Tal como mencionado anteriormente, na plataforma a desenvolver para este projeto, será necessário responder a três requisitos:

- Ter um website institucional para a Junta de Freguesia de Gião;
- Ter uma loja online integrada para venda e agendamento de serviços prestados pela própria Junta de Freguesia;
- Ter um *e-Marketplace* integrado que, tal como a própria definição do termo indica, “disponibilize produtos e serviços de vários vendedores, que podem ser comprados por clientes” (Tian et al. 2018, Li et al. 2019). Neste caso, a maioria dos produtos serão de empresas/produtores do todo o concelho de Vila do Conde, embora também haja a possibilidade de incluir produtos próprios da Junta de Freguesia de Gião.

Abordagem Metodológica

A elaboração deste artigo baseia-se inicialmente na definição de *keywords* associadas ao projeto a desenvolver, de modo a restringir o foco da investigação.

De seguida, foi feita uma revisão de vários conceitos relacionados com a temática, essenciais para a sua contextualização. Esta revisão foi elaborada através de pesquisas nas bases de dados de B-On e RCAAP, *Google Scholar* e documentação oficial da Junta de Freguesia de Gião.

No que diz respeito aos critérios de inclusão e exclusão, foi dada preferência a artigos científicos, técnicos e documentos oficiais da entidade em causa, por fornecerem conteúdos mais fidedignos. No entanto, não foram encontradas publicações técnicas acerca de algumas temáticas, pelo que, neste caso, a análise foi feita com base na minha experiência profissional e pessoal, bem como em pesquisas feitas no motor de busca da *Google*. Posto isto, a presente investigação baseia-se num total de 20 artigos/publicações.

Discussão

Atualmente, o mercado está repleto de ofertas de CMS. Uma vez que o website a desenvolver requer um CMS de *e-Commerce*, ou seja, um sistema que permita a venda de produtos/serviços e criação de um *e-Marketplace* além da publicação de conteúdos, a escolha do sistema irá incidir sobre os mais usados no mercado, entre eles: Woocommerce (Wordpress), Prestashop, Magento e Shopify (Hostinger, 2021). Não serão considerados outros CMS, como por exemplo Drupal e Joomla, pois estes sistemas “requerem um conhecimento mais técnico (...) e podem ser sistemas difíceis de ser manuseados por utilizadores que não possuem muito conhecimento técnico ou experiência em CMS.” Além disso, “possuem menos comunidades de apoio (...) e, por consequência, menos opções de suporte” (Rockcontent, 2018.1). No caso do Joomla, a estas desvantagens soma-se o facto de ser necessária a “instalação das extensões para que a plataforma funcione de maneira adequada” (Rockcontent, 2018.2).

De forma a identificar o CMS mais adequado para o projeto, foi elaborada a seguinte tabela que compara várias funcionalidades necessárias e indispensáveis para o bom funcionamento da plataforma. Uma vez que não foram encontrados artigos científicos dedicados à comparação destes sistemas de gestão de conteúdo, o seguinte estudo foi elaborado com base em:

- Informação presente nos sites oficiais dos CMS referidos;

- Observação direta de plataformas semelhantes à que se pretende construir (www.mercadodeleiria.pt, www.mercadoagrolimiano.pt, www.cm-matosinhos.pt, www.if-benfica.pt, entre outras);
- Experiência pessoal na área do desenvolvimento de CMS.

Tabela 2

Tabela Comparativa de Funcionalidades em cada CMS, Carvalho, C. (2021)

Funcionalidades	Woocommerce (Wordpress)	Prestashop	Magento	Shopify
Possibilidade de ter vários formatos de plataformas num único domínio e <i>backoffice</i> (Website, Blog, Loja Online e Marketplace)	Sim	Não	Não	Não
Possibilidade de Tradução de conteúdos para vários idiomas	Sim	Sim	Sim	Sim
Criação de campo de pesquisa	Sim	Sim	Sim	Sim
Responsividade para diferentes dispositivos (Ex: <i>Smartphone, Tablet, etc.</i>)	Sim	Sim	Sim	Sim
Criação de Conta Pessoal para Clientes	Sim	Sim	Sim	Sim
Criação de Catálogo de Produtos/Serviço	Sim	Sim	Sim	Sim
Carrinho de Compras	Sim	Sim	Sim	Sim
Criação de Categorias/Filtros de Produtos	Sim	Sim	Sim	Sim
Implementação de Livro de Reclamações	Sim	Sim	Sim	Sim
Integração de vários Métodos de Pagamento	Sim	Sim	Sim	Sim
Cálculo automático de impostos	Sim	Sim	Sim	Sem informação
Descrição para Produtos/Serviços	Sim	Sim	Sim	Sim
Possibilidade de instalação num servidor à escolha	Sim	Sim	Sim	Sim
Possibilidade de escolha do domínio	Sim	Sim	Sim	Sim

Testemunhos de Clientes	Sim	Sim	Sim	Sim
Integração de <i>Chatbot</i>	Sim	Sim	Sim	Sim
Subscrição de <i>Newsletter</i>	Sim	Sim	Sim	Sim
Contactos (Integração com Whatsapp, Messenger, etc.)	Sim	Sim	Sim	Sim
Redes Sociais	Sim	Sim	Sim	Sim
Integração com plugins de Publicidade Online (Exemplo: <i>Facebook Ads</i> , <i>Google Ads</i> , etc.)	Sim	Sim	Sim	Sim
Relatórios de Desempenho (Relatórios próprios gerados pela plataforma e Relatórios resultantes da integração com <i>Google Analytics</i>)	Sim	Sim	Sim	Sim
<i>Templates</i> personalizáveis de Temas	Sim	Sim	Sim	Sim
<i>Backups</i> de Informação	Sim	Sim	Sim	Sim
Segurança (Certificado SSL, plugins de segurança, etc.)	Sim	Sim	Sim	Sim
<i>Easy checkout</i> (Com Conta Gmail, Facebook, etc.)	Sim	Sim	Sim	Sim
Integração com E-mail Marketing	Sim	Sim	Sim	Sim
Integração com diferentes transportadoras	Sim	Sim	Sim	Sim
Otimização para <i>SEO</i>	Sim	Sim	Sim	Sim
Configuração de cupões promocionais	Sim	Sim	Sim	Sim
Plugins para Limpeza de cache	Sim	Sim	Sim	Sem informação
Atualizações constantes do software	Sim	Não	Sim	Sem informação
Possibilidade de integração com sistemas de faturação (Exemplo: <i>SAGE</i> , <i>PHC</i> , etc.)	Sim	Sim	Sim	Sim

Acompanhamento do fluxo de vendas através de um <i>backoffice</i>	Sim	Sim	Sim	Sim
Criação e Integração de <i>Marketplaces</i> (Exemplo: Amazon, Dott e Kuantokusta)	Sim	Sem informação	Sim	Sem informação

Nota. Baseado na experiência pessoal e em publicações encontradas sobre o tema.

Perante a análise efectuada, é possível concluir que o *CMS* que oferece uma melhor “resposta” para todas as funcionalidades pretendidas é o Woocommerce, um plugin desenvolvido pelo Wordpress em 2011.

De acordo com o website Hostinger (2021), o Wordpress surgiu em 2003 pelas mãos dos programadores Matt Mullenweg e Mike Little, que começaram a construir uma nova plataforma para blogs a partir de um software chamado *bs/cafeblog*. Em 2004, o WordPress passou por diversas transformações e começou a disponibilizar um vasto conjunto de funcionalidades. Hoje em dia, o projeto é desenvolvido e mantido por uma comunidade dedicada de código aberto (*open-source*), código esse que pode ser alterado e redistribuído para partilhar alterações e melhorias sem discriminação e de forma gratuita (Deek, F. P., & McHugh, J. A. 2008).

De uma forma geral, o *Woocommerce* destaca-se dos demais sistemas, relativamente a este projeto, pelas seguintes principais razões:

- Disponibiliza uma grande variedade de funcionalidades de forma totalmente grátis;
- Possui um *backoffice* intuitivo e de fácil manuseamento;
- Pertence à Plataforma *Wordpress* que possui uma enorme oferta de *plugins* que permitem adicionar funções ao site sem ser necessário sem realizar alterações diretamente no código;
- É o *CMS* de *e-Commerce* mais usado a nível mundial, com mais de 600 mil lojas online ativas, o que corresponde a 28% de todo o comércio eletrónico (SITE.PT, 2021);
- Permite uma grande possibilidade de personalização (Exemplo: Vários Métodos de Pagamento; Integração de Métodos de Envio com diferentes Transportadoras para vários países, Número ilimitado de Produtos, etc.);
- Existe uma enorme comunidade de fóruns e tutoriais onde é possível tirar dúvidas para resolver algum problema que surja e/ou aprender a implementar uma determinada função;
- Existe uma elevada oferta no mercado de *templates* de temas para esta plataforma;

- Permite um controlo total sobre o site, dando a possibilidade de editar os conteúdos através do *template* ou diretamente no Código (se houver conhecimentos para tal);
- É uma plataforma otimizada para *SEO*, na qual é possível criar um blog e adicionar recursos ainda mais avançados de *SEO* através de plugins grátis (Exemplo: *Yoast SEO*) para melhor posicionamento do website nos motores de pesquisa;
- Permite integrações com redes sociais, plataformas de e-mail marketing, plataformas de publicidade online e *business analytics*, através dos quais podemos aumentar os canais de venda e ter uma análise altamente detalhada da performance do site (Exemplo: *Facebook Pixel, Google Analytics, Mailchimp, Facebook Business*, entre outros);
- Permite a criação de *Marketplaces* próprios e integração com *Marketplaces* existentes, por exemplo, Amazon, Dott e Kuantokusta, entre outros;
- Permite integrações com diversos sistemas de faturação (por exemplo, SAGE, Primavera, PHC, entre outros.)

Conclusão

O desenvolvimento de um website para um organismo público pode ser uma operação complexa devido a constrangimentos financeiros e falta de conhecimentos técnicos, ainda mais quando é necessário integrá-lo com uma loja online e Marketplace.

Atualmente, existe no mercado uma vasta oferta de CMS de e-Commerce que permitem criar um projeto desta dimensão sem ser necessário ter conhecimentos de programação, aspeto fundamental para este projeto, uma vez que este tipo de organizações oferecem alguma resistência à mudança e ainda possuem algum “analfabetismo digital”.

Para analisar qual o CMS mais indicado para o projeto em causa, não foram encontrados artigos científicos dedicados ao tema. Desta forma, foi feita uma comparação dos mais usados no mercado (Woocommerce - Wordpress, Prestashop, Magento e Shopify) com base na informação presente nos sites oficiais dos CMS referidos, através de observação direta de plataformas semelhantes à que se pretende construir e recorrendo à minha experiência profissional na área.

Após uma análise das possibilidades existentes no mercado, concluiu-se que aquela que reúne todos os requisitos que poderão dar resposta às funcionalidades essenciais no website da Junta de Freguesia de Gião é o *Woocommerce*, um plugin desenvolvido pelo Wordpress. Através deste sistema

será possível criar uma plataforma segura, intuitiva e de fácil gestão, que permitirá a prestação de serviços de uma forma mais célere e cómoda, respondendo às necessidades da comunidade.

No futuro, pretende-se implementar este projeto no prazo máximo de um ano.

Bibliografia

- Frick de Moura, L. M., Mezzomo Luciano, E., Alves Palacios, R., & Costa Wiedenhöft, G. (2020). Exclusão Digital em processos de Transformação Digital: uma revisão sistemática de literatura. *GESTÃO.Org: Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 18(2), 198–213.
- PATEL, Keyur; MCCARTHY, Mary Pat. *Digital transformation: the essentials of e-business leadership*. New York: McGraw-Hill Professional, 2000.
- ELRHIM, M. A. & Elsayed, A. (2020). The Effect of COVID-19 Spread on the e-commerce market: The case of the 5 largest e-commerce companies in the world. SSRN. 1-14.
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3621166>
- SAUVAGE, M. (2019), Définition : Transformation Digitale en 2019 et ses enjeux + exemple
<https://www.inboundvalue.com/blog/que-signifie-la-transformation-digitale-en-2000-mots>.
- Comissão Europeia (setembro de 2003), Papel da administração em linha (eGoverno) no futuro da Europa (COM(2003) 567 final). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A52003DC0567>
- GRÖNLUND, Åke. Ten years of e-government: the 'end of history' and new beginning. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON ELECTRONIC GOVERNMENT, 9., 2010, Lausanne. Proceedings... Lausanne: Springer, 2010. p. 13-24
- UNITED NATIONS. Department of Economic. United Nations e-government survey 2016: e-government in support of sustainable development. New York: United Nations Publications, 2016.
- Marques, C. G., Silva, V. G., & Campos, R. (2004). Artigo: O Governo Eletrónico em Portugal. Um estudo com alunos de Administração Pública. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar.
- INAS, "E-Commerce Development Can Stimulate Growth: WTO." *Business Standard*, July 6, 2016
- MARGEA, R. (2017). Content Management Systems for Institutional Academic Websites. The Feaa Timișoara Experience. *Annals of "Constantin Brancusi" University of Targu-Jiu. Economy Series*, 2, 43–51. - https://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2017-02/05_Margea.pdf
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). ECommerce: Regulatory, Ethical, and Social Environments. In *Electronic Commerce 2018*

Tian L., Vakharia A.J., Tan Y., Xu Y., 2018. Marketplace, Reseller, or Hybrid: Strategic Analysis of an Emerging E-Commerce Model. *Production and Operations Management*.

Li H., Fang Y., Lim K.H., Wang Y, 2019. Platform-Based Function Repertoire, Reputation, and Sales Performance of E-Marketplace Sellers.

SITE.PT (2021). Especialistas em Programação de Sites em Wordpress, Consultado em:

<https://www.site.pt/especialistas-programacao-wordpress-sites/>

HOSTINGER (2021). O Que é WordPress? Um Panorama do CMS Mais Popular do Mundo. Consultado em: <https://www.hostinger.pt/tutoriais/o-que-e-wordpress>

Deek, F. P., & McHugh, J. A. (2008). *Código aberto: tecnologia e política*. Cambridge University Press.

Programa 'Comércio Digital' com novidades para apoiar a Economia | Portugal 2020. Portugal2020.pt.

(2021). Retrieved 17 June 2021, from <https://www.portugal2020.pt/content/programa-comercio-digital-com-novidades-para-apoiar-economia>.

Junta de Freguesia de Gião. (2021). Documento de Prestação de Contas do Ano de 2020. Gião, Vila do Conde.

Clemente, M. (2018.1). Joomla: quais as funcionalidades e as vantagens de usar desse CMS. Rock

Content - BR. Retrieved 17 June 2021, from <https://rockcontent.com/br/blog/joomla/>.

Clemente, M. (2018.2). Drupal: O guia completo de um dos mais populares CMSs. Rock Content - BR.

Retrieved 17 June 2021, from <https://rockcontent.com/br/blog/drupal/>.