

V. 03, N.16 Jul./Ago. 2022

E-COMMERCE: A TRANSFORMAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

E-COMMERCE: THE TRANSFORMATION OF ELECTRONIC COMMERCE

E-COMMERCE: LA TRANSFORMACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1

Fábio do Vale

Faculdade INSTED

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-8713-309X>

Leandro José da Silva Vigo

Faculdade INSTED

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-6576-2856>

João Vítor Brandão Moreira

Faculdade INSTED

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-9028-3918>

Resumo: Com a pandemia veio a necessidade de inovar e impedir a aproximação de grande número de pessoas, onde um meio que muito cresceu foi o e-commerce. Hoje nós temos por exemplo pet shops móveis, com agendamentos via aplicativo com definição de horários e serviços a serem feitos, temos o nicho de comidas, que ganhou uma força ainda maior em relação a que já tinha antes, vendas de roupas, móveis, acessórios, com muita mais facilidade e agilidade em relação a compras presenciais. Ele fornece muito mais comodidade, agilidade no seu dia a dia. É um conjunto de estratégias de negócios pela qual as empresas comercializam seus produtos e serviços na internet, com vários canais de venda disponíveis. Esta transformação esta em um processo contínuo de crescimento e vem evoluindo a cada dia e neste artigo iremos nos aprofundar nesta transformação.

Palavras-chave: Comercio Eletrônico. Varejo Online. E-Commerce.

Abstract: With the pandemic came the need to innovate and prevent the approximation of a large number of people, where a medium that grew a lot was e-commerce. Today we have, for example, mobile pet shops, with appointments via the app with the definition of schedules and services to be done, we have the food niche, which has gained even greater strength compared to what it already had before, sales of clothes, furniture, accessories, with much more ease and agility compared to face-to-face purchases. It provides much more convenience, agility in your day to day. It is a set of business strategies through which companies market their products and services on the internet, with various sales channels available. This transformation is in a continuous process of growth and is evolving every day and in this article we will delve deeper into this transformation.

Keywords: E-commerce. Online Retail. E-Commerce.

Resumen: Con la pandemia vino la necesidad de innovar y evitar el acercamiento de una gran cantidad de personas, donde un medio que creció mucho fue el comercio electrónico. Hoy tenemos, por ejemplo, las tiendas de mascotas móviles, con citas a través de la aplicación con la definición de horarios y servicios a realizar, tenemos el nicho de alimentos, que ha tomado aún más fuerza en comparación con lo que ya tenía antes, las ventas de ropa, muebles, complementos, con mucha más facilidad y agilidad respecto a las compras presenciales. Aporta mucha más comodidad, agilidad en tu día a día. Es un conjunto de estrategias comerciales a través de las cuales las empresas comercializan sus productos y servicios en internet, disponiendo de diversos canales de venta. Esta transformación está en un proceso continuo de crecimiento y está evolucionando cada día y en este artículo profundizaremos en esta transformación.

Palabras-clave: Comercio electrónico. Ventas en línea. Comercio electrónico.

Introdução

Em minha concepção o e-commerce, consiste em uma estratégia de negócios, por meio da qual uma empresa comercializa seus serviços e produtos na internet. Independentemente de plataformas, meios de pagamento específicos ou outras ferramentas, o importante é ter uma negociação on-line entre um vendedor e seu produto junto ao cliente que deseja fazer a compra. Isso é e-commerce (OLIVEIRA, 2018, p.39).

Este artigo tem como finalidade de mostrar a evolução do comércio eletrônico nos dias de hoje e sua importância no varejo. E como avançou em um curto espaço de tempo oferecendo comodidade através de um click.

E-commerce é a abreviação do termo em inglês "eletronic commerce" significa "comércio eletrônico" em português. Trata-se de um modelo de comércio que realiza transações financeiras através de plataformas eletrônicas, como computadores, smartphones, tablets, e etc. Basicamente é todo tipo de comercialização (compra e venda) de bens comerciais através de Lojas Virtuais e Plataformas Digitais. O mundo está em constante evolução tecnológica, e junto a estas evoluções, sempre surgem novos estilos de vida que facilitam o nosso dia-a-dia; no caso do e-commerce,

facilitou todo o processo de compra e venda. Atualmente, muitas pessoas compram sem sair de casa, pois muitas empresas possuem suas lojas virtuais para levar mais conforto aos seus clientes. Evolução que foi acelerada pela pandemia.

O surgimento do e-commerce sempre esteve relacionado à evolução da tecnologia dos computadores e surgimento da internet. O conceito surgiu no final do anos 70, diferente do que temos hoje, no qual era permitido que empresas enviassem documentos comerciais como ordem de compra e contas eletronicamente, porém limitavam-se a grandes corporações. Em 1989, o engenheiro inglês Tim Berners-Lee desenvolveu o World Wide Web que significa "rede de alcance mundial" conhecido como www; um integrador de informações, no qual a maioria das informações disponíveis na Internet podem ser acessadas de forma simples e consistente em diferentes plataformas. No Brasil as empresas iniciaram os trabalhos com o comércio eletrônico no início dos anos 90, após o surgimento da Web e comercialização da internet. As empresas pioneiras em vendas online foram o Submarino, o Grupo Pão de Açúcar e as lojas Americanas. Inicialmente eram vendidos apenas produtos pequenos, de valores baixos e tangíveis, como livros, CDs, DVDs e etc.; porém diante da evolução do e-commerce temos uma grande variedade de produtos e serviços, desde os mais simples até artigos de luxo, hoje as pessoas confiam em comprar serviços como pacotes turísticos, jantares, livros, obras de arte, vestuário e etc.

Nos dias de hoje já se tornou rotina utilizar a internet para realizar compras, contratar serviços, efetuar transações financeiras, entre outros vínculos comerciais. Estas atividades fazem parte da evolução do comércio eletrônico no Brasil que possui um grande histórico. O e-commerce representa uma grande parcela do faturamento de grandes empresas de varejo do Brasil, atraindo muitos investidores no mercado digital nacional. As principais empresas do mercado digital são: Amazon, AliExpress, Mercado Livre, Submarino Americanas, Magazine Luiza, Casas Bahia, Netshoes, Dafiti, entre outros. Além das lojas virtuais, temos também outros serviços neste setor

que são muito importantes, tais como: comparadores de preço, sites de compras coletiva, bancos(fintechs), entre outros serviços.

Segundo levantamento feito pela PayPal Brasil em parceria com a BigDataCorp, as lojas online tiveram uma alta de 22,05% em 2021, na comparação com o ano passado. Impulsionado pelas restrições de funcionamentos no comercio varejista, o e-commerce brasileiro vem registrando crescimento significativo após um ano e meio de pandemia.

No cenário atual, onde o mundo dos negócios encontra-se cada vez mais competitivo, as empresas necessitam de meios rápidos e eficientes de acesso e processamento das informações, bem como, a utilização de um novo canal de comércio de seus bens e serviços, o comércio eletrônico.

Especialistas no segmento de e-commerce avaliam que as empresas de qualquer segmento, cujo planejamento é ter maior participação de mercado, devem se preparar para o futuro, investindo no comércio eletrônico.

Diante destas informações, o tema fora escolhido pela percepção de que há um setor em grande crescimento, mesmo com a crise pandêmica que o Brasil e o Mundo veem enfrentando; e que o comportamento de consumo das pessoas, em relação à compra por produtos na internet, veem mudando cada vez mais. Sendo assim, este trabalho propõe dissertar o conceito de Comercio Eletrônico, bem como o seu surgimento no Brasil e no mundo, analisar o comportamento de consumo de moda através do e-commerce, compreender o crescimento do setor e como tem sido a sua atuação na sociedade atual diante de uma crise econômica, as transformações das relações de consumo e quais as perspectivas para os próximos anos.

Desenvolvimento

“A partir de agora, você vai começar a trabalhar para construir o negócio da sua vida e, realizar sonhos. Você vai

aliar toda sua vontade de ter um negócio próprio ao método que aprendeu. Viver de e-commerce é possível, lucrativo e está cada vez mais próximo da sua realidade (OLIVEIRA, 2018, p. 201).

O comércio eletrônico vem crescendo de forma muito acelerada e um dos impactos mais importantes e por esse crescimento e a pandemia. Que vem mudando o hábitos de consumo dos brasileiros e com ele o perfil de compras do varejo nacional. O comércio eletrônico que já vinha crescendo muito e conquistando cada vez mais espaço nas vendas e ganhando o gosto dos consumidores e atingindo um novo patamar.

Um recente estudo da consultoria de gestão estratégica Kearney analisou os impactos da Covid-19 no comportamento de consumo dos brasileiros. Ele indica que as compras online devem registrar R\$ 111 bilhões em 2020 — 49% mais do que em 2019, quando o mercado faturou R\$ 75 bilhões. Quando considerada a projeção para o período de 2020 a 2024, a análise aponta que o mercado deve crescer à uma taxa de 17,3% ao ano no período, chegando a aproximadamente R\$ 211 bilhões em 2024, novamente considerando o cenário macroeconômico base. No otimista, o crescimento médio anual é de 20,7%, com vendas ultrapassando a marca dos R\$ 250 bilhões.

Não se trata de um movimento novo mais sim da aceleração de um movimento já existente de forma vertiginosa. Comercio eletrônico brasileiro já vem registrando índices de crescimento maiores que o varejo tradicional al vários anos. Nos anos de 2014 à 2019 o e-commerce cresceu cinco vezes mais rápido que o comercio tradicional.

O comercio eletrônico brasileiro cresceu pouco em relação ao mercado Americano e Europeu e ao que se imagina e que a penetração deva ser muito maior nos próximos anos.

E com a pandemia da Covid-19 e o as medidas de isolamento social de grande parte das pessoas, este isolamento foi o impulso para empresas tradicionais com portas fechadas e entraram com muita força neste mercado com crescimentos impressionantes no comercio eletrônico e isso

fica visível se perceber o aumento de tráfego nos principais sites de comércio eletrônico do Brasil.

Nesse período o volume de visualizações em site como: Americanas.com, Amazon.com Magazine Luiza, Casas Bahia entre outras, Algumas dessas empresas quase dobraram estes números.

Na prática, este aumento significa que durante o período mais crítico de isolamento social, 4 em cada 5 brasileiros realizaram alguma compra online, com grande destaque para alimentação, pronta ou não.

A mudança de comportamento do consumidor vem mudando o mercado do varejo. Isso mostra que os brasileiros passassem a se sentir mais confortáveis com a realização de compras online.

O fato é que quem trabalha com o comércio precisa incluir algumas tarefas em sua preparação para o chamado "novo varejo". A principal delas é entender as mudanças pelas quais os consumidores passarão neste período e, com isso, preparar-se para atendê-los em seus novos hábitos e demandas.

Hábitos e demandas que vieram para ficar com a crescente do mercado e continuaram por um longo período já que esse mercado está apenas no início em um processo de evolução contínua na áreas de vendas, marketing, logística, etc. As grandes empresas de varejo do Brasil já entenderam isso e vem investido e se afirmando neste segmento do comércio eletrônico e algumas vem expandindo e adquirindo outras empresas do segmentos para expandir suas operações e se reafirmar.

Imagine-se trabalhando com algo que você realmente gosta, sendo capaz de criar o mercado para realizações de seus projetos, usando a internet em todo o potencial e transformando sua paixão em negócio eficiente e lucrativo. Talvez você seja um apaixonado por corrida, por exemplo, e poderá usar seu conhecimento no esporte para montar um negócio capaz de ajudar milhares de pessoas a correr melhor, a ter mais qualidade de vida e sentir-se bem consigo. Para isso, além de gerar conteúdo sobre corrida você venderia on-line produtos relacionados ao esporte.(OLIVEIRA,2018, p. 15).

O engajamento dessas empresas no mercado digital é fundamental com programas de fidelidade e recompensas, assim como ofertas relevantes. Ao mesmo tempo que as empresas estão enfrentando uma grande concorrência pelo consumidor. Esse ambiente apresenta grandes oportunidades para que as empresas trabalhem com programas que lhes proporcionem uma maior fidelidade e interesse de seus consumidores com canais de marketing que os aproximem cada vez mais e possa proporcionar uma verdadeira experiência.

Em um mercado em constante mudança, a importância dos dados das transações para ajudar a fornecer métricas sobre o comportamento do cliente para que não seja subestimada. Essas métricas e conhecimento sobre o consumidor ajudarão as empresas a oferecer ofertas e recompensas mais personalizadas e relevantes em tempo real, que demonstrem a importância das transações diárias para os programas. Esse é o verdadeiro poder das recompensas vinculadas aos pagamentos. Mantendo assim uma fidelidade que vem sendo disputada pelas empresas a cada clique de seus clientes no e-commerce.

Conclusão

O mercado de e-commerce vem crescendo dois dígitos percentuais ao ano, desde que surgiram os primeiros negócios do tipo no Brasil. Olhando para fora do país, o cenário não muda. Estados Unidos, Europa, China, México, dentre vários outros mercados, estão vivendo expansões aceleradas desse segmento. Por incrível que parece, no Brasil esse número tende a acelerar nos próximos anos. (OLIVEIRA, 2018, p. 193).

Porta o mercado do varejo digital veio para ficar e está se expandindo muito rapidamente e se adaptando às novas demandas do mercado. Nós estamos bastante adaptados e consumindo bastante do e-commerce e você já se adaptaram a esse mercado? Existem oportunidades incríveis no mercado digital do varejo para consumidores e varejistas para explorar esse oceano azul de oportunidade e preciso se preparar para algo novo e cheio

de possibilidade. O mercado vem evoluído e nos consumidores também acreditamos quase todos fizemos alguma compra online e acreditamos que isso será cada vez mais normal. A pandemia acelerou este processo e nos absorvemos com muita naturalidade. Consumimos roupas, comida, eletrônicos, higiene e beleza, cursos, aulas e etc. E já esta tão natural que nem percebemos que estamos navegando nesse mercado diariamente, algo tão natural quanto tomar um cafezinho. Como diziam muitos jornais durante a pandemia “Sejam, bem vindos ao novo normal”.

E hoje é tão normal consumidor fazer compras no e-commerce, que na pandemia muitos brasileiros encontraram este mercado para vender e se conectar com seu consumidores em todo Brasil e superar as dificuldades financeiras na pandemia que implodiu em todo o mercado brasileiro utilizando varias plataforma de renome mundial que possibilita pessoas de entrar no mercado digital e se você tem algum produto ou serviço a hora é agora de entrar no comercio eletrônico. O mundo digital e fundamental para economia nacional e o e-commerce esta no centro disso e digitalizar-se não é mais uma opção é uma necessidade. Então não espere abrace esse mundo de possibilidade.

Referências

DUNCAN, Clark. **Alibaba, Gigante do Comercio Eletrônico: O império construído por Jack Ma. Rio de Janeiro.** Best Business/Editora Best Seller. 2016.

OLIVEIRA, Bruno de. **Crie seu mercado no mundo Digital.** São Paulo: Editora Gente. 2018, p, 15-39-192,

SOUZA, César. **O Jeito de Ser Magalu: Lições de quem se transformou em uma potência no mundo dos negócios.** São Paulo: Rocco.2021

STONE, Brad. **A loja de Tudo.** Nova York. Editora Intrínseca . 2014.