

Avaliação do Cenário do E-commerce no Brasil e o Desenvolvimento Econômico dos Municípios Integrantes das Associações AMZOP e AMUCELEIRO no Estado do Rio Grande do Sul

Cláudio Roberto dos Santos¹, Joel da Silva¹

¹Pós-graduação em Gestão de Tecnologia da Informação - Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) - Caixa Postal 98400-000 - Frederico Westphalen - RS - Brasil

claudio@marketingespiral.com, joeldasilva@gmail.com

Resumo. Este artigo apresenta o projeto do trabalho de conclusão do curso de pós-graduação em Gestão de Tecnologia da Informação, que está na fase inicial e terá como objetivos realizar uma pesquisa para identificar o desenvolvimento do comércio eletrônico pelas empresas sediadas nos sessenta e seis municípios integrantes das Associações Setoriais AMZOP e AMUCELEIRO do Estado do Rio Grande do Sul e disponibilizar uma base de dados para consulta e acompanhamento deste segmento na região. Este trabalho foi motivado a partir da inexistência de uma base de dados contendo informações referentes ao comércio eletrônico nesta região. O resultado do estudo inicial realizado, onde é identificado o estágio atual de desenvolvimento da modalidade de comércio eletrônico no Brasil e o cenário econômico dos municípios pesquisados, evidencia a importância do comércio eletrônico para o desenvolvimento econômico e empresarial.

Abstract. This paper presents the project of completion of the course work graduate in Management of Information Technology, which is in initial phase and goals will conduct a search to identify the development of e-commerce by companies headquartered in the sixties and six municipalities members of Associations sectorials AMZOP and AMUCELEIRO on the State of Rio Grande do Sul and make available a database to query and monitoring of this segment in the region. This work was motivated from the lack of a database containing information relating to electronic commerce in this region. The result of the initial study done, identified where the current stage of development of the type of electronic commerce in Brazil and the economic scenario of the municipalities surveyed, highlights the importance of e-commerce for economic and business development.

1. Introdução

No primeiro semestre de 2012 a economia brasileira enfrentou dificuldades relacionadas à crise que atingiu a Europa e os Estados Unidos, sendo que no mesmo período no Brasil registrou-se uma queda de 26% (vinte e seis por cento) na geração de empregos diretos [CAGED, 2012]. Essa desaceleração da economia frustrou a expectativa de crescimento econômico previsto para 25% pelo Ministério da Fazenda. Esta situação não teve o mesmo reflexo sobre o crescimento do segmento do comércio eletrônico no país, que no mesmo período, registrou um crescimento nominal de 21% (vinte e um por cento) em relação ao apurado no ano de 2011, como mostra a Figura 1 [E-BIT, 2012].

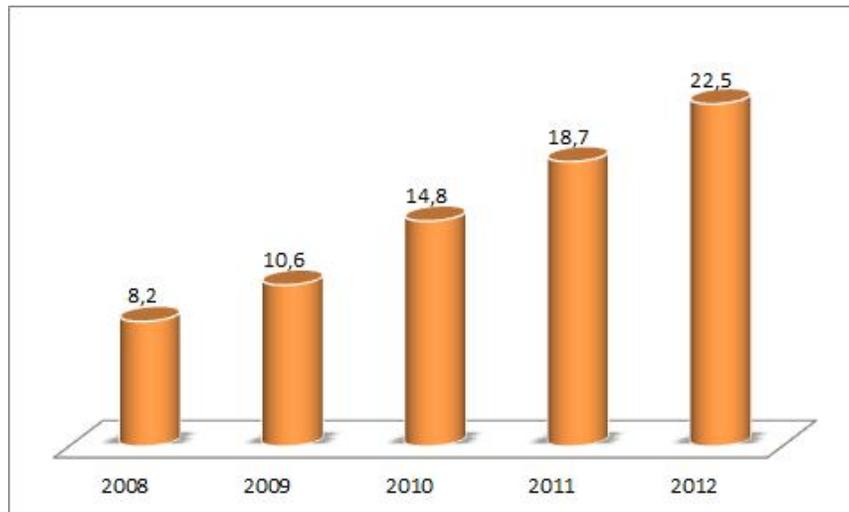


Figura 1. Evolução do faturamento do E-commerce (em bilhões de Reais)

Fonte: E-bit informação em www.ebitempresa.com.br

Previsão de faturamento para o ano de 2012

Algumas empresas identificaram o grande potencial de crescimento contido na divulgação e na comercialização de seus produtos e serviços através da Internet, que permite a redução dos custos operacionais relacionados à estrutura necessária para lojas físicas em contrapartida às vendas de produtos que representam percentuais expressivos, como mostra a Tabela 1.

Classificação	Categoria de produtos	% sobre as vendas no período
1º	Eletrodomésticos	13%
2º	Saúde, Beleza e Medicamentos	13%
3º	Moda e Acessórios de Vestuário	11%
4º	Livros, Jornais e Revistas (assinaturas)	10%
5º	Informática	9%

Tabela 1. Categorias de produtos mais vendidos – 1º Semestre/2012 - Brasil.

Fonte: E-bit Informação (www.ebitempresa.com.br)

As empresas que passaram a explorar este canal de comunicação realizada por meios eletrônicos modificaram e encurtaram o caminho percorrido pelos seus produtos até o consumidor, eliminando inclusive atravessadores, passando a ter contato direto com seus clientes, não somente para realizar a compra e a venda, mas também para criar vínculos de relacionamento através das tecnologias de mídias sociais [REEDY, 2007].

A inexistência de uma base de dados referente aos projetos de comércio eletrônico desenvolvidos nas empresas localizadas nos municípios da Região Norte do estado do Rio Grande do Sul motivou o desenvolvimento de um projeto para trabalho de conclusão do curso de pós-graduação em Gestão de Tecnologia da Informação, que terá como objetivo pesquisar e apurar dados relacionados à execução de projetos de comércio eletrônico nas empresas sediadas nesta região, apresentando uma avaliação sobre a forma como este planejamento é realizado e quais expectativas podem ser geradas para o futuro deste segmento nesta região.

Outra motivação é o fato de que há um cenário econômico desafiador para o desenvolvimento de comércio eletrônico nesta região, onde a agricultura é um dos pilares da economia local [IBGE, 2012], o desenvolvimento do setor industrial é

relativamente baixo e os setores de comércio e prestação de serviço são compostos em sua maioria por Micros Empreendedores Individuais (MEI) e empresas familiares [EMPREENDEDOR, 2012].

Este artigo é constituído de três seções, a Introdução, seção encerrada neste parágrafo, Metodologia e Conclusão. Na Metodologia é apresentada a forma de apuração dos dados analisados. Na Conclusão é apresentada a justificativa de realização do trabalho de pesquisa, cujos resultados serão apresentados no término deste curso de pós-graduação.

2. Metodologia

Para capturar e tabular os dados dos municípios pesquisados nesta etapa utilizou-se a base de dados do Censo 2010 realizado pelo IBGE, na qual se buscou os dados relacionados ao atual cenário de desenvolvimento econômico e social destes municípios. Foram utilizados nesta avaliação dados referentes à população total apurada em 2010 e a estimada para o ano de 2011, o PIB per Capita, o percentual de pobreza e o rendimento médio mensal declarado pela população consultada.

Para obter informações referentes ao comércio eletrônico brasileiro, foram utilizados os dados apresentados na pesquisa realizada pela e-Bit, apurados no período de 01 de janeiro a 30 de junho de 2012, divulgada na 26ª edição do relatório Webshoppers, onde são divulgadas informações sobre a análise e evolução do comércio eletrônico, as mudanças de comportamento e preferências dos consumidores. Esta pesquisa tem o apoio da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico.

Durante a execução do trabalho serão aplicados questionários às empresas sediadas na região pesquisada, através de formulários impressos e eletrônicos, para obter dados primários referentes ao acesso a Internet, identificando expectativas relacionadas ao planejamento e execução de projetos de comércio eletrônico e quais produtos, mercadorias e serviços são adquiridos e comercializados pelas empresas em lojas virtuais.

3. Conclusão

O crescimento nominal registrado para o comércio eletrônico no início do ano de 2012 deve continuar no segundo semestre deste ano, como mostra a Figura 1. A expectativa dos especialistas da empresa E-bit prevê um crescimento de 20% (vinte por cento) neste período, comparado ao mesmo período do ano de 2011, obtendo um faturamento de até 22,5 bilhões de reais, considerando as datas comemorativas existentes neste período do ano, que concentram, historicamente, 55% (cinquenta e cinco por cento) das vendas anuais realizadas através do comércio eletrônico [E-BIT, 2012].

Considerando o crescimento expressivo do segmento de comércio eletrônico no país e que os municípios pesquisados possuem tecnologia para acesso a Internet banda larga, incluindo tecnologia de telefonia fixa e móvel ou através de infraestrutura própria disponibilizada por empresas provedoras de acesso a Internet e interligação rodoviária, fator essencial para o atendimento logístico necessário neste segmento, concluímos que é viável o desenvolvimento do comércio eletrônico e a realização de um estudo para avaliar hábitos de consumo e iniciativas nesta área pelas empresas sediadas nesta região.

Um trabalho com este objetivo acrescentará à cultura local os conceitos da modalidade de comércio eletrônico como uma alternativa para apoiar o desenvolvimento econômico, social e empresarial na região, segmento este que possibilita a geração de um número significativo de empregos diretos e indiretos para atender a estrutura necessária ao atendimento dos consumidores que realizam compras utilizando a Internet, envolvendo pessoas para realizar tarefas como recepção e envio de

pedidos, serviço de atendimento ao cliente em canais de atendimento, centrais de distribuição de produtos e transporte das mercadorias e produtos comercializados.

Este trabalho se limitará a pesquisar e apresentar dados referentes ao comércio eletrônico desenvolvido pelas empresas sediadas em 66 (sessenta e seis) municípios localizados na Região Norte do estado do Rio Grande do Sul, sendo 45 (quarenta e cinco) municípios integrantes da Associação dos Municípios da Zona da Produção (AMZOP) e 21 (vinte e um) municípios integrantes da Associação dos Municípios da Região Celeiro (AMUCELEIRO), não compreendendo todos os municípios situados nas demais mesorregiões do Estado do Rio Grande do Sul. Permitirá a realização de trabalhos futuros para apurar dados comparativos relacionados à evolução do cenário apresentado nesta pesquisa, bem como a aplicação de tecnologias de mineração de dados para extração de informações gerenciais a partir da base de dados existente.

Referências

- Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério do Trabalho. Brasil - Comportamento do Emprego Formal. Disponível em <http://portal.mte.gov.br/caged mensal/principal.htm>. Acesso em Setembro/2012.
- Instituto Nacional de Geografia e Estatística. Censo 2012. Disponível em <http://www.censo2010.ibge.gov.br/>. Acesso em Agosto de 2012.
- E-bit Informação. Análise e Evolução do Comércio Eletrônico. Webshoppers 26ª Edição. Disponível em <http://www.ebit.com.br/>. Acesso em Agosto de 2012.
- Portal do Empreendedor. Empreendedor Individual. Disponível em <http://www.portaldoeempreendedor.gov.br/modulos/formalize/index.html>. Acesso em Agosto de 2012.
- REEDY, Joel / SCHULLO, Shauna. Marketing Eletrônico. Integrando recursos eletrônicos ao processo de marketing. Ed. Thomson, 2007.
- DINIZ, Leticia Lelis / SOUZA, Livia Garcia Alves de Souza / CONCEIÇÃO, Luan Rodrigues da Conceição / FAUSTINI, Marcelo Rangel Faustini. O Comércio Eletrônico como Ferramenta Estratégica de Vendas para Empresas. III Encontro Científico e Simpósio de Educação UNISALESIANO, 2011.