



Comércio Eletrônico



Prof. André Gustavo Maletzke
Disciplina: Sistemas de Informação

Unioeste – 2021

Baseado nas notas de aula do Prof. Daniel Honorato

Introdução

► Comércio eletrônico:

- Refere-se ao uso da Internet para conduzir negócios;
- Descrever o processo de comprar, vender, transferir ou trocar produtos, serviços ou informações através de redes de computadores, incluindo a internet.

► e-business:

- Conceito é mais amplo;
- Se refere a servir consumidores, colaborar com parceiros comerciais e realizar transações eletrônicas dentro de uma organização.

Introdução

► Comércio eletrônico (CE):

- Pode assumir várias formas dependendo do grau de digitalização envolvido;
- Grau de digitalização:
 - Se refere a quanto do comércio físico foi transformado para o digital.
- Pode se relacionar com:
 - Produto ou serviço que está sendo vendido;
 - Processo pelo qual o produto ou serviço é produzido;
 - Agente de distribuição ou intermediário.

► Classificações:

- Comércio tradicional;
- CE puro;
- CE parcial.

Introdução

- Engloba todas as transações mediadas pela tecnologia digital;
- Início em 1995:
 - Netscape: anúncios de grandes corporações e popularização de que a Internet poderia ser utilizada como uma nova mídia para publicidade e vendas.

Introdução

- A revolução do comércio eletrônico:
 - Internet como infra-estrutura;
 - Tecnologias móveis.
- Mais setores estão sendo transformados pelo comércio eletrônico – em 2010:
 - Reservas de viagem;
 - Entretenimento;
 - Notícias;
 - Software;
 - Educação;
 - Etc.

Comércio eletrônico em números

► Faturamento do varejo on-line:

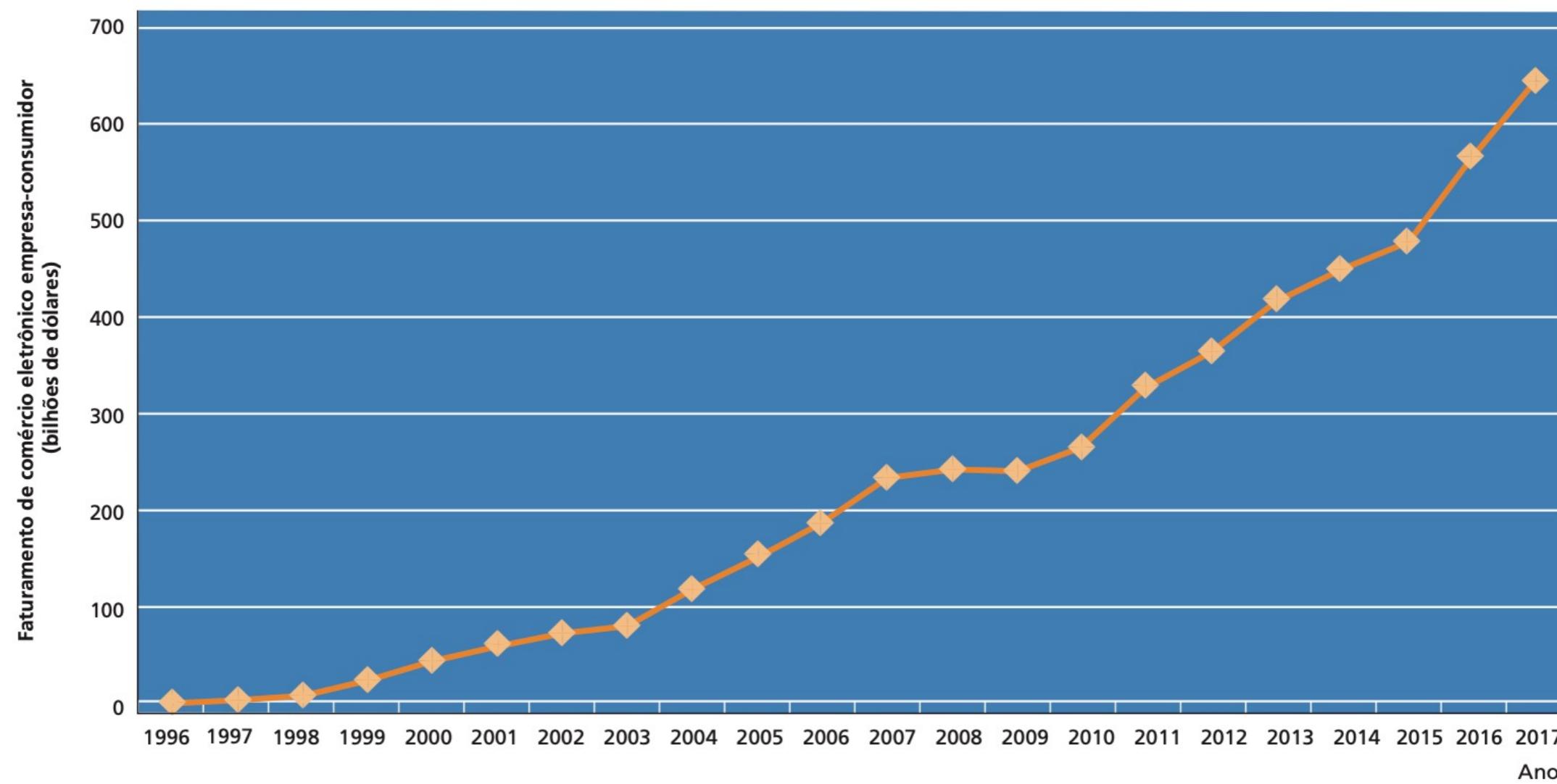


Figura 10.1 Crescimento do comércio eletrônico

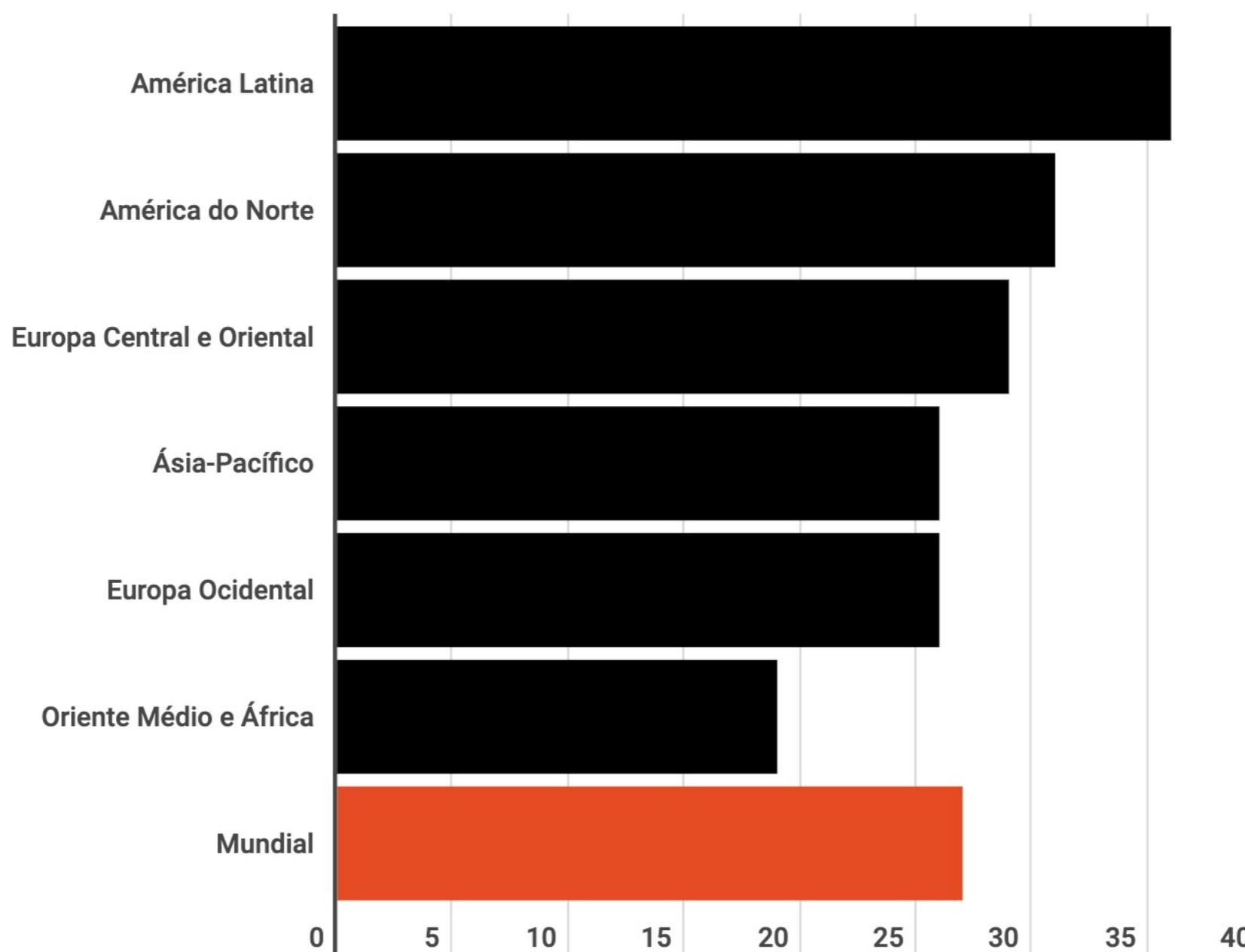
O faturamento do comércio eletrônico varejista cresceu de 15 a 25% por ano até a recessão de 2008-2009, quando desacelerou. Em 2013, o faturamento do comércio eletrônico cresceu novamente a uma taxa anual estimada em 12%.

Comércio eletrônico em números

- ▶ O número de usuários de comércio eletrônico aumentou 9,5% na comparação anual em meio ao surto de coronavírus e atingiu mais de 3,4 bilhões em 2020.
- ▶ O incremento foi de 25%, para US\$ 2,43 trilhões em 2020
- ▶ US\$ 2,7 trilhões em 2021
- ▶ US\$ 3,4 trilhões em 2025

Crescimento do e-commerce por região em 2020

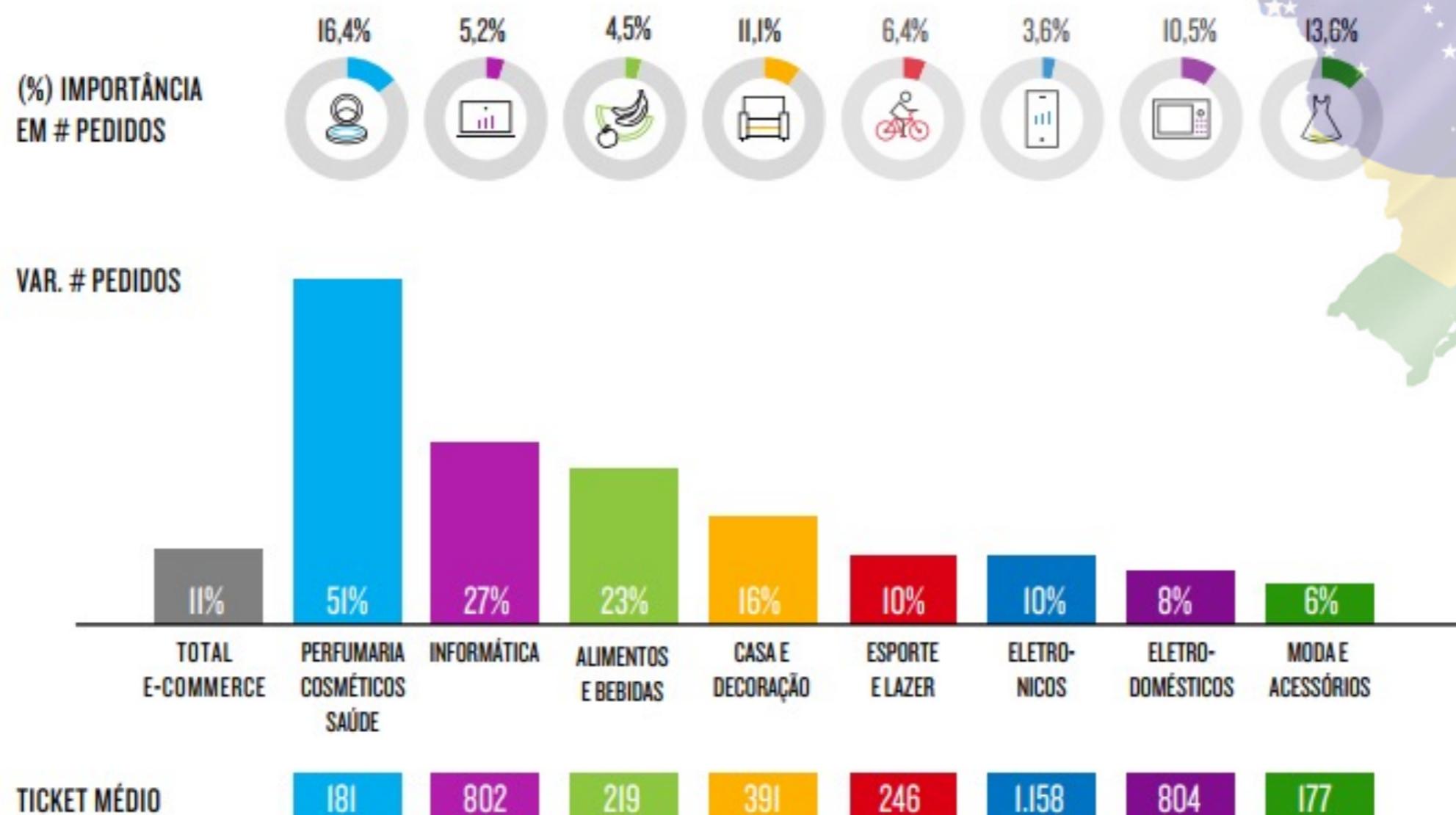
Levando em conta produtos ou serviços feitos online, independentemente da forma de pagamento ou entrega (em %)



Fonte: eMarketer

Comércio eletrônico em números

► Produtos de maiores vendas:



Fonte: Ebit | Nielsen

As categorias que mais cresceram em número de pedidos no e-commerce em 2018 foram: Perfumaria/Cosméticos/Saúde (51%), Informática (27%), Alimentos e bebidas (23%) e Casa e decoração (16%). (*Webshoppers 39 – Ebit | Nielsen*)

Comércio eletrônico em números

- Algumas constatações (2010):
 - Em um dia médio:
 - 70 milhões de pessoas acessam a WEB;
 - 140 milhões enviam e-mail;
 - 5 milhões escrevem



Comércio eletrônico em números

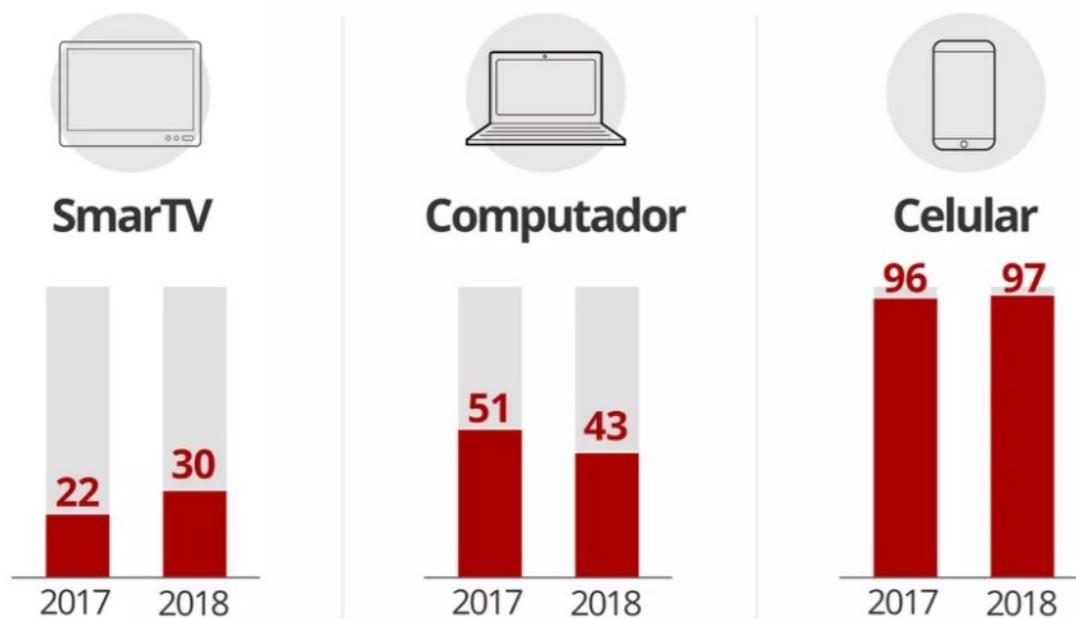
O Brasil na internet

Dados da edição 2018 da pesquisa TIC Domicílios mostram crescimento do acesso no país



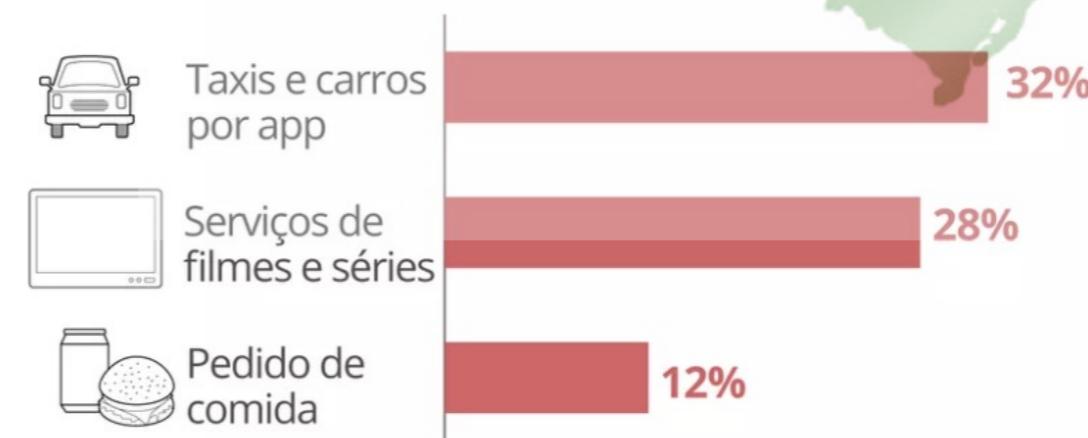
DISPOSITIVO DE ACESSO

Brasileiro continua usando o celular como meio principal para conexão. Computador ficou pra trás, enquanto que TVs subiram. Dados em %



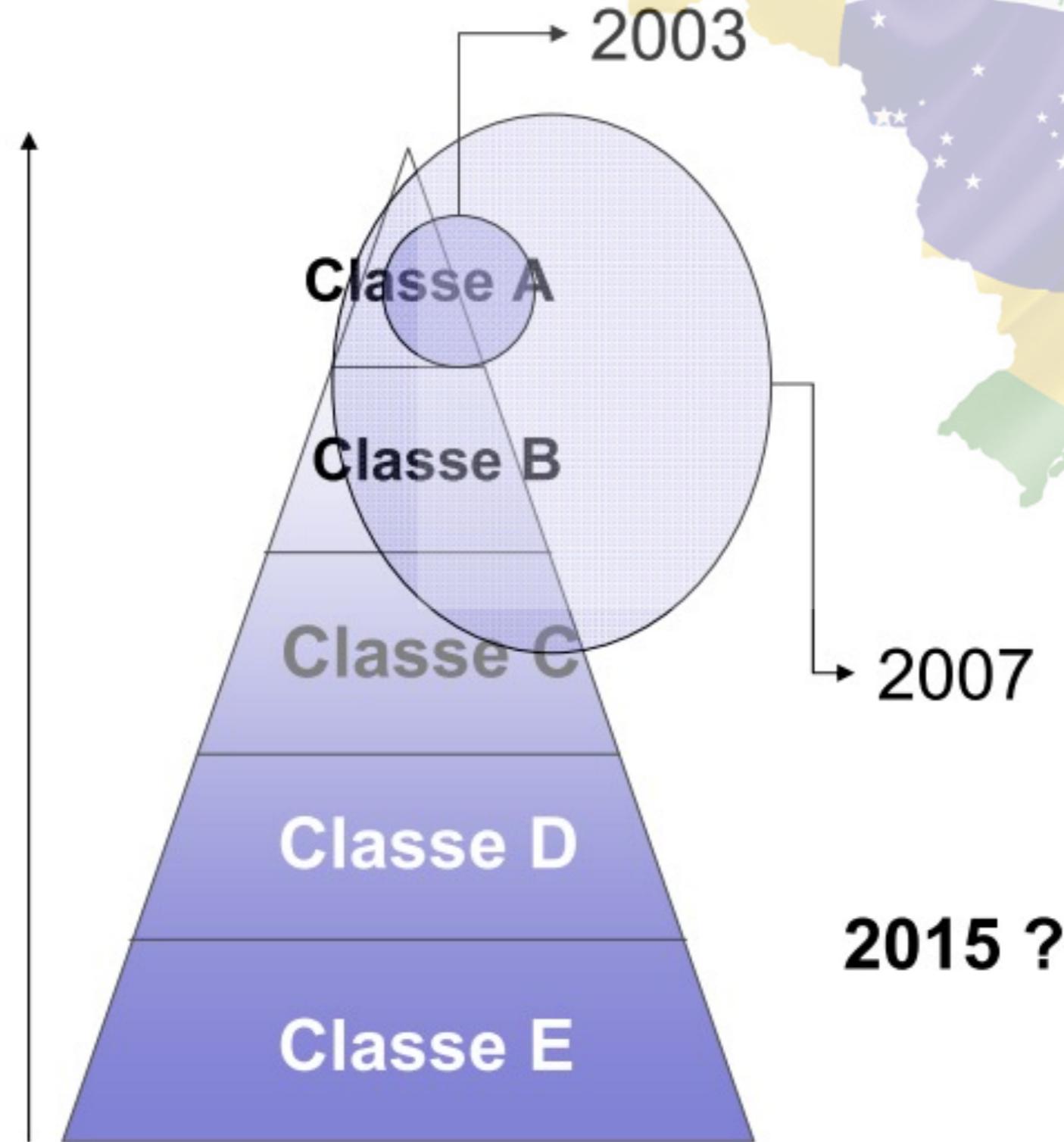
OS SERVIÇOS MAIS USADOS

Usuários de internet no Brasil deram preferência aos aplicativos de carro e táxi, aos serviços de filmes e séries e aos pedidos de comida online



Comércio eletrônico em números

► Quem compra?



Comércio eletrônico em números

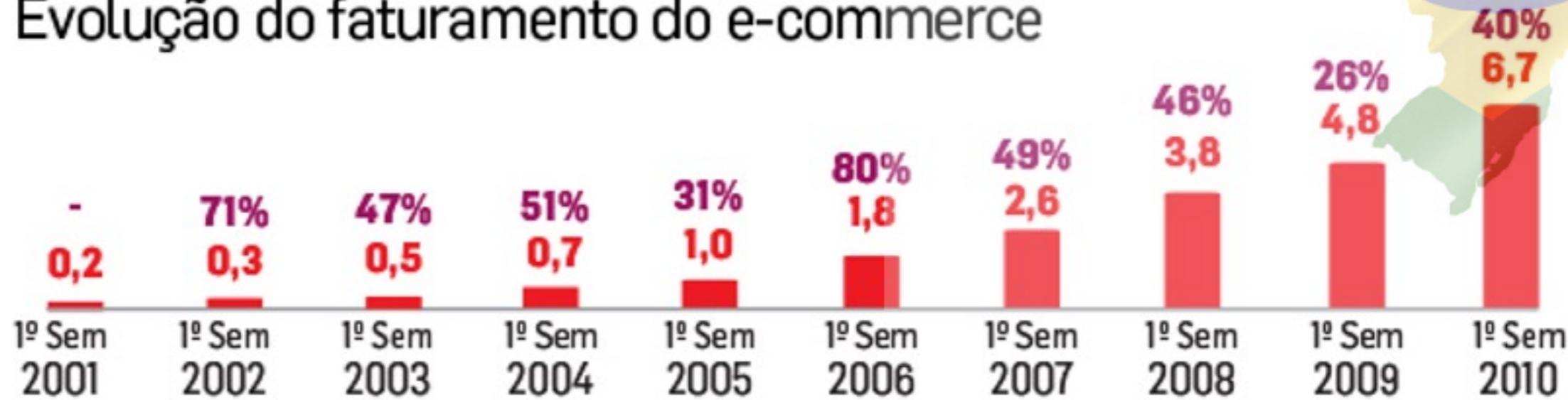
- ▶ Mercado brasilerio;
- ▶ 2008:
 - ▶ Faturamento de 8,2 bilhões de reais.
- ▶ Primeiro semestre 2009:
 - ▶ 4,8 bilhões de reais.

(Fonte: IDG Now)



Comércio eletrônico em números

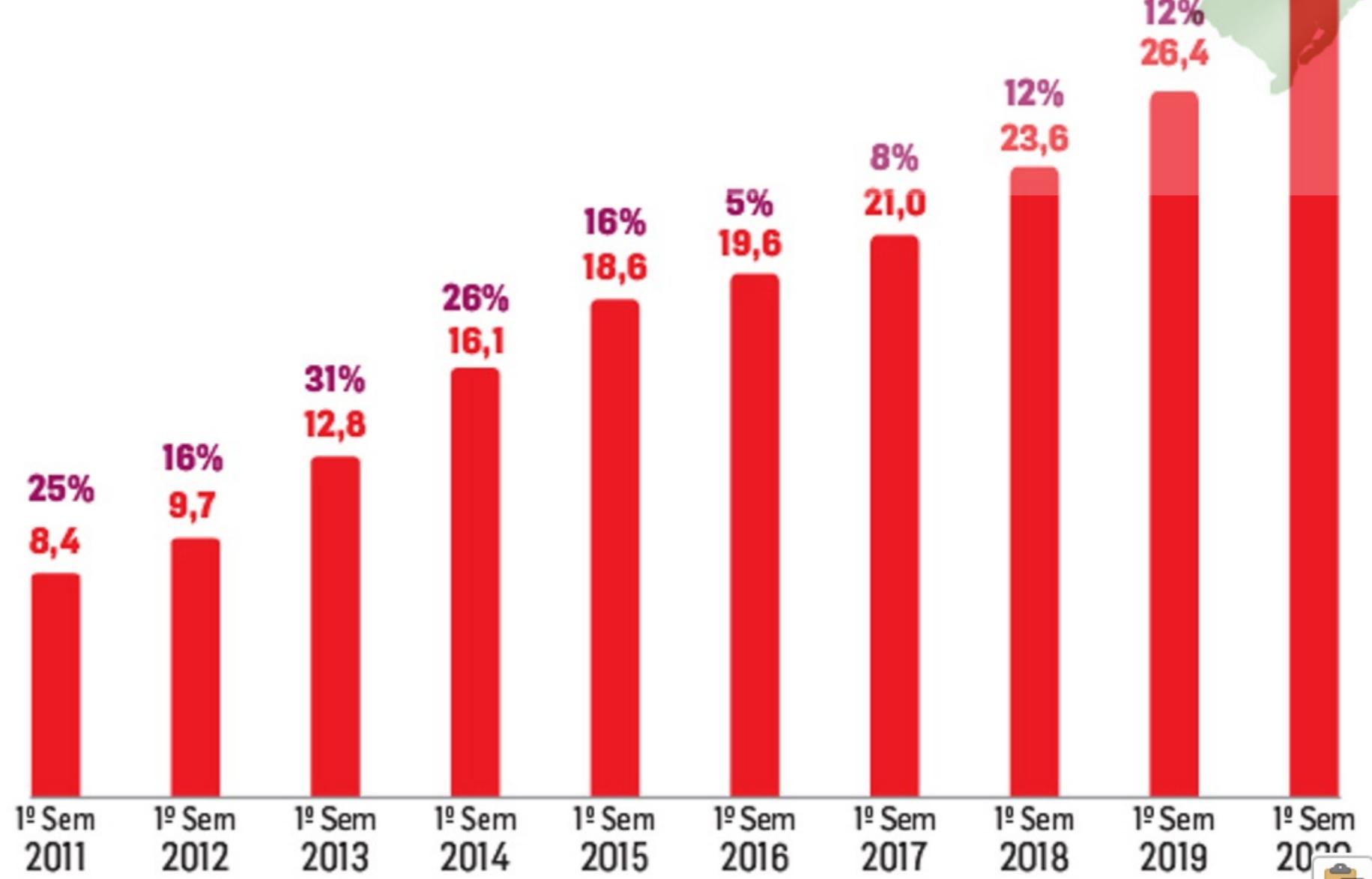
Evolução do faturamento do e-commerce



Fonte: Ebit | Nielsen Webshoppers 42



- Variação em relação ao semestre anterior (%)
- Vendas em R\$ bilhões

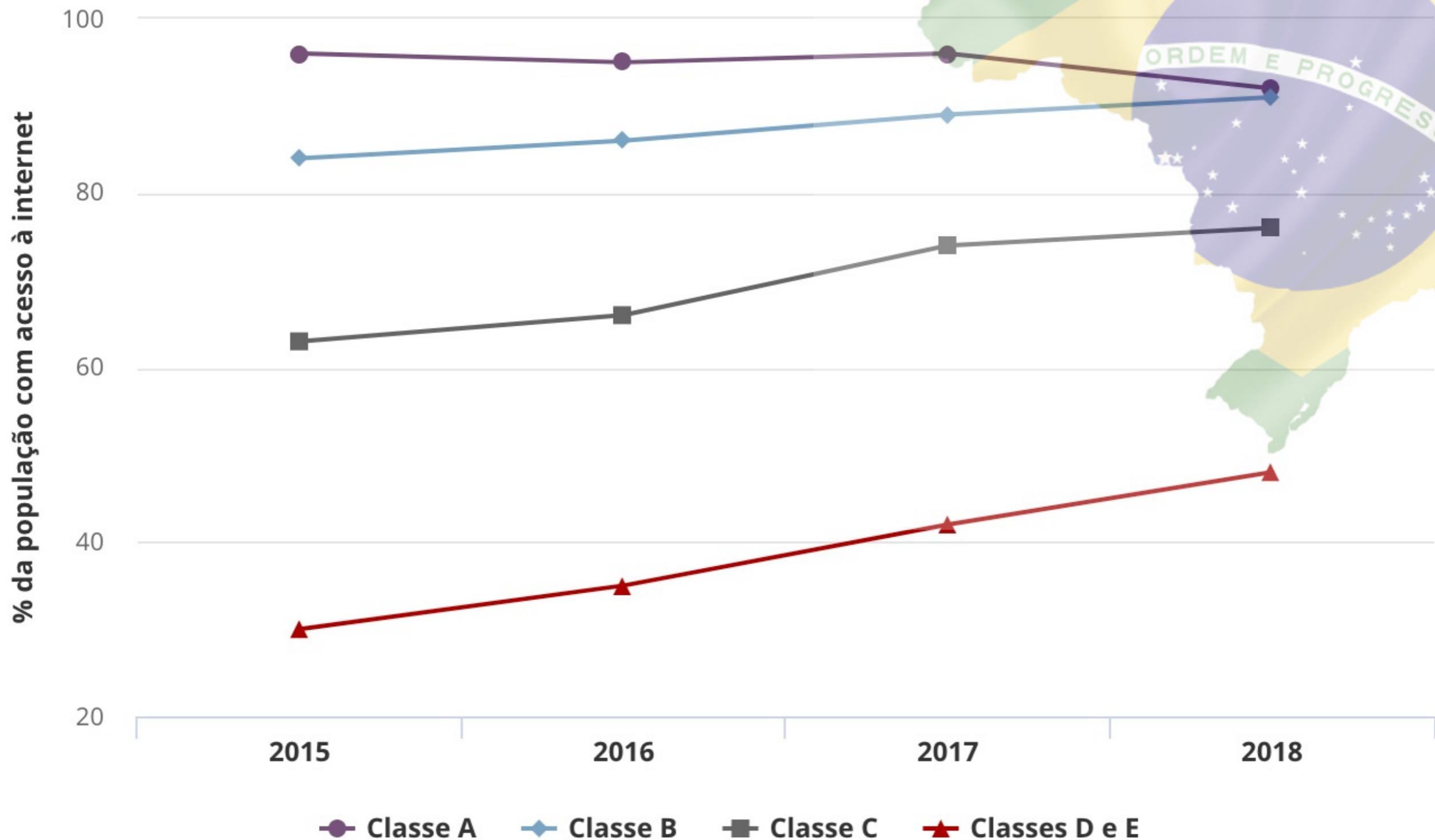


https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/01/22/lifestyle/1611343060_260631.html



Conexão por classe social

População com menor poder aquisitivo ganhou acesso nos últimos anos



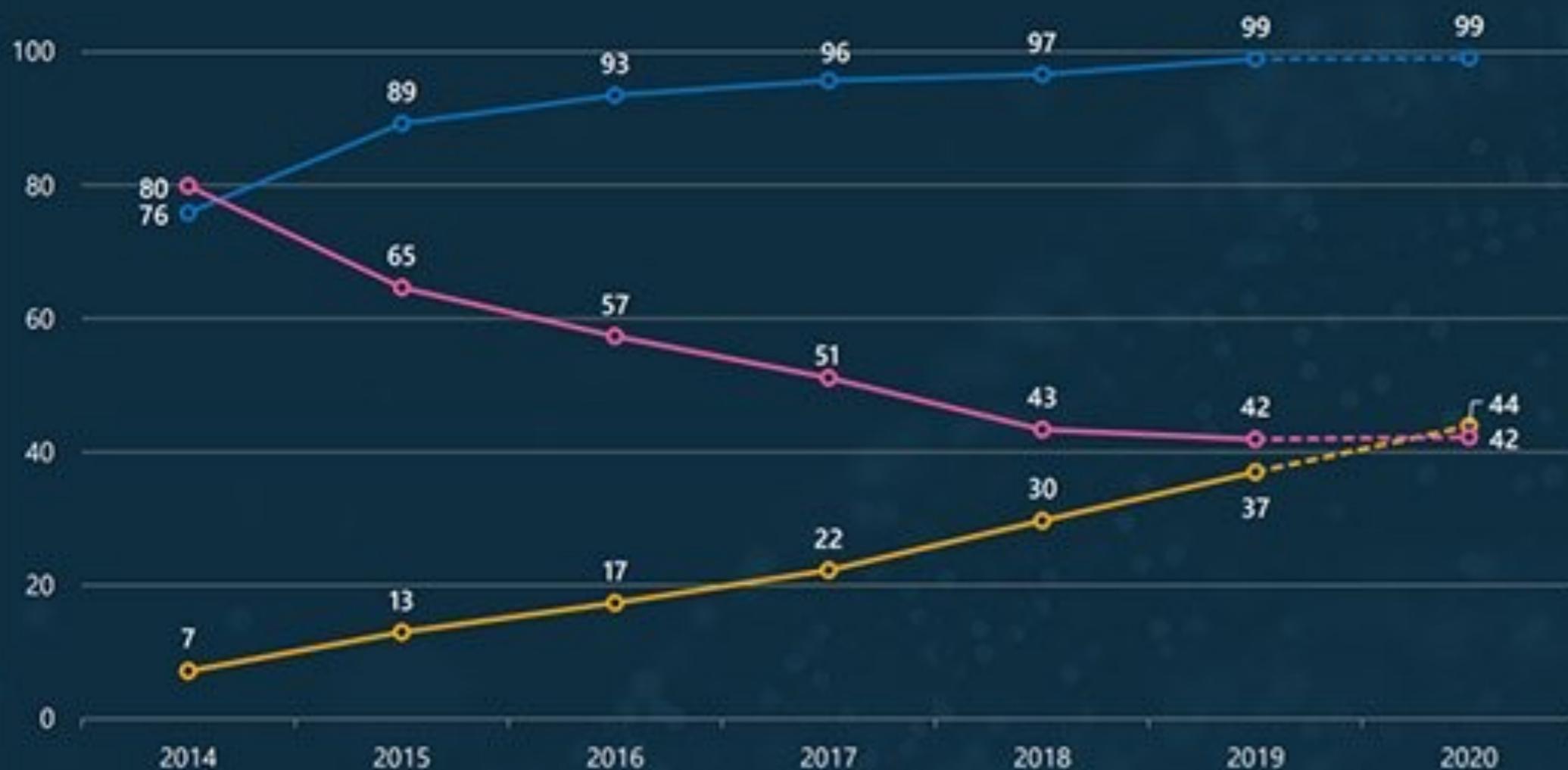
Fonte: TIC Domicílios

Comércio eletrônico em números

C16

USUÁRIOS DE INTERNET, POR DISPOSITIVO UTILIZADO

Usuários de Internet (%)



—●— Telefone celular
—○— Televisão
—○— Computador (total)

Classes mais altas
usam a Internet pela
televisão em maiores
proporções

Maior crescimento
do uso da Internet pela
televisão entre
usuários de
16 a 24 anos (▲16 pp)
e pretos (▲14 pp)

Fonte: CGI.br. (2021). Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros – TIC Domicílios 2020.

Pandemia

A seguir, confira a lista dos 10 produtos online mais vendidos durante a pandemia de acordo com o Mercado Livre:

- 1 – Máscaras faciais aumento de 433%
- 2 – Gel anti-bacteriano aumento de 96%
- 3 – Suplementos alimentares aumento de 59%
- 4 – Iluminação para paredes e teto aumento de 52%
- 5 – Fone de ouvido aumento de 49%
- 6 – Eletrodomésticos e acessórios aumento de 45%
- 7 – Camisetas e moletons aumento de 45%
- 8 – Ferramentas aumento de 41%
- 9 – Artigos de armarinhos aumento de 40%
- 10 – Cuidado com a saúde aumento de 39%



Comércio eletrônico em números

The image displays four distinct e-commerce platforms side-by-side:

- GOL Linhas Aéreas Inteligentes:** Shows a flight booking interface with fields for 'De' (Origin) and 'Para' (Destination), and options for 'COMPRE AQUI' (Buy Here). It features a GOL airplane graphic and a banner for 'Novos voos de Campinas.'
- Submarino.com:** A navigation menu titled 'Navegue pelas lojas' listing categories like Livros & Arte, CDs, DVDs & Games, Informática & Celulares, etc. It also includes a 'Personalize suas lojas' (Customize your stores) section.
- Americanas.com:** A red-themed homepage with a search bar, a 'CARTÃO AMERICANAS PREÇOS EXCLUSIVOS' offer, and a 'CONFIRA AS REGRAS' link. It lists various product categories such as Informática, Telefones & Celulares, Câmeras & Filmadoras, Eletrônicos, Eletrodomésticos, etc.
- Casas Bahia:** A blue-themed homepage featuring a 'MENOR PREÇO' (Lower Price) offer for a 'TV 32" LCD - SEMP TOSHIBA'. It includes a cartoon character, a delivery truck icon, and a navigation bar with links to Atendimento on-line, Central de atendimento, Meu cadastro, Meus pedidos, and various product categories.

Comércio eletrônico em números

The image displays three screenshots of banking websites side-by-side, illustrating electronic commerce in numbers:

- Santander Internet Banking:** Shows a login interface with fields for 'Conta' and 'Senha' (Password), an 'OK' button, and a lock icon. Navigation links include 'Para Você', 'Preferencial', 'Private Banking', 'Universidades', 'Servidores do Estado de SP', 'Pessoa Jurídica', and 'Governos'. A banner at the bottom left reads "Segurança e facilidade para todos os seus pagamentos".
- CAIXA:** Features a blue header with the CAIXA logo and slogan "O banco que acredita nas pessoas". It includes a menu bar with 'MENU', 'REDE DE ATENDIMENTO', 'SOBRE A CAIXA', 'CAIXA CULTURAL', 'DOWNLOADS', 'OUVIDORIA', and 'FALE CONOSCO'. Below the menu, tabs for 'VOCÊ', 'EMPRESAS', 'GOVERNO', and 'JUDICIÁRIO' are visible. A sidebar on the right lists 'ÁREAS ESPECIAIS PARA VOCÊ' such as 'CAIXA é Show', 'Caixa Internacional', and 'Feirão CAIXA'. A central banner says "NEM PRECISA SER GERENTE DA CAIXA PRA DIZER:" followed by "Leia as dicas de segurança do SICREDI, e navegue tranquilo.".
- SICREDI:** Shows a green header with the SICREDI logo. It has a navigation bar with 'Página Inicial', 'Produtos e Serviços', 'Conheça o SICREDI', 'Minha Cooperativa', and 'Associados'. A large green banner in the center says "Seu mundo é mais frágil do que parece.". The left sidebar lists categories like 'Produtos e Serviços', 'Rede de Atendimento', 'Relatórios 2008', 'Informes Econômicos', 'Cooperativismo de Crédito', 'Oportunidades de Trabalho', and 'Sala de Imprensa'. The right sidebar features a lottery section for 'MEGA-SENA' with numbers 07 - 11 - 16 - 18 - 33 - 49.

Por que o comércio eletrônico é diferente?

► Por várias características...

- Ubiquidade;
- Alcance global;
- Padrões universais;
- Riqueza;
- Interatividade;
- Densidade da informação;
- Personalização/customização.



Ubiquidade

- Comércio tradicional:
 - Lugar físico;
 - Deve-se visitar a loja para fazer uma transação comercial.
- Comércio eletrônico:
 - É ubíquo, está disponível em todos os lugares, em todos os momentos;
 - Compra a partir de casa, do trabalho, do carro, etc;
 - Vantagens: reduz custos de transação.



Alcance global

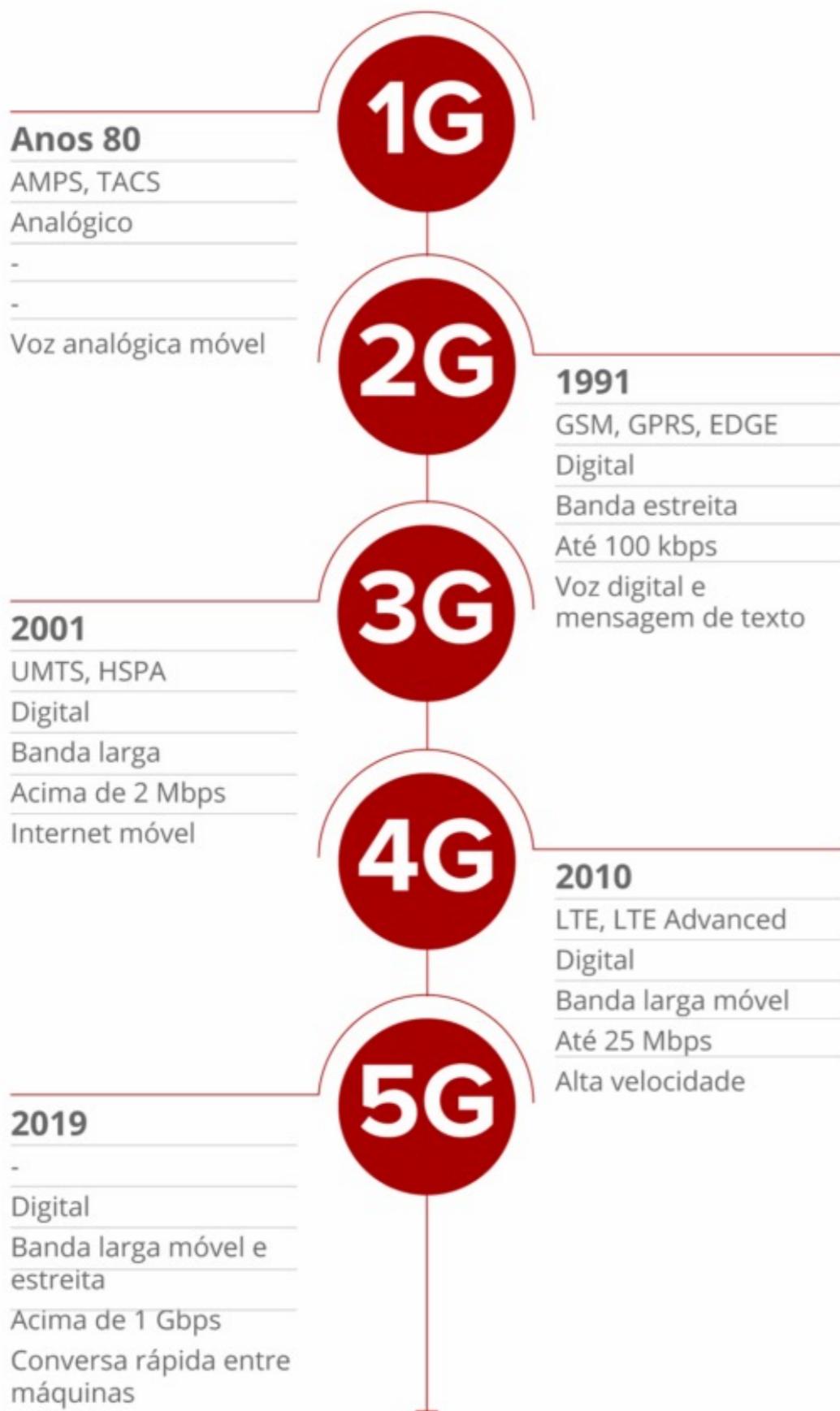
- A tecnologia de comércio eletrônico permite que transações comerciais atravessem fronteiras:
 - Maior conveniência;
 - Melhor relação custo-benefício.
- Comércio tradicional;
- Alcance local ou regional.

Padrões universais

- ▶ Padrões técnicos da internet são universais;
- ▶ Uso de protocolos para conectar diferentes tecnologias;
- ▶ Redução do **custo de entrada no mercado.**

Do 1G ao 5G: o que mudou na internet móvel

Veja as novidades na tecnologia de conexão nos últimos 40 anos.



Fonte: União Europeia

A REVOLUÇÃO DO 5G

100 VEZES

mais rápida que
a tecnologia atual

53 MILHÕES

de conexões 5G vão
existir até 2025 na
América Latina

40%

delas serão no Brasil

Fonte: GSMA

Riqueza

- Refere-se a complexidade e ao conteúdo de uma mensagem;
- Mercados tradicionais:
 - Atendimento ‘rico’;
 - Pessoal (face a face);
 - Ambientes poderosos de venda.
- Antes da Web havia uma dicotomia entre riqueza e alcance: quanto maior o público atingido, menos rica era a mensagem.

Interatividade

- ▶ Tecnologias de comércio eletrônico permitem a comunicação de mão dupla entre vendedor e consumidor;
- ▶ Interatividade faz com que o vendedor online atraia o consumidor mais ou menos como faria numa experiência *face a face*, mas em escala global.

Densidade da informação

- Está relacionada a quantidade e qualidade total da informação disponível para todos os participantes do mercado (vendedores e consumidores);
- Tecnologias de comércio eletrônico:
 - Reduzem os custos para:
 - Coletar informações;
 - Armazenar informações;
 - Processar informações;
 - Transmitir informações.



Densidade da informação

- ▶ **Transparência de preços:**

- ▶ Facilidade com que os consumidores podem descobrir a variação de preços em um mercado.

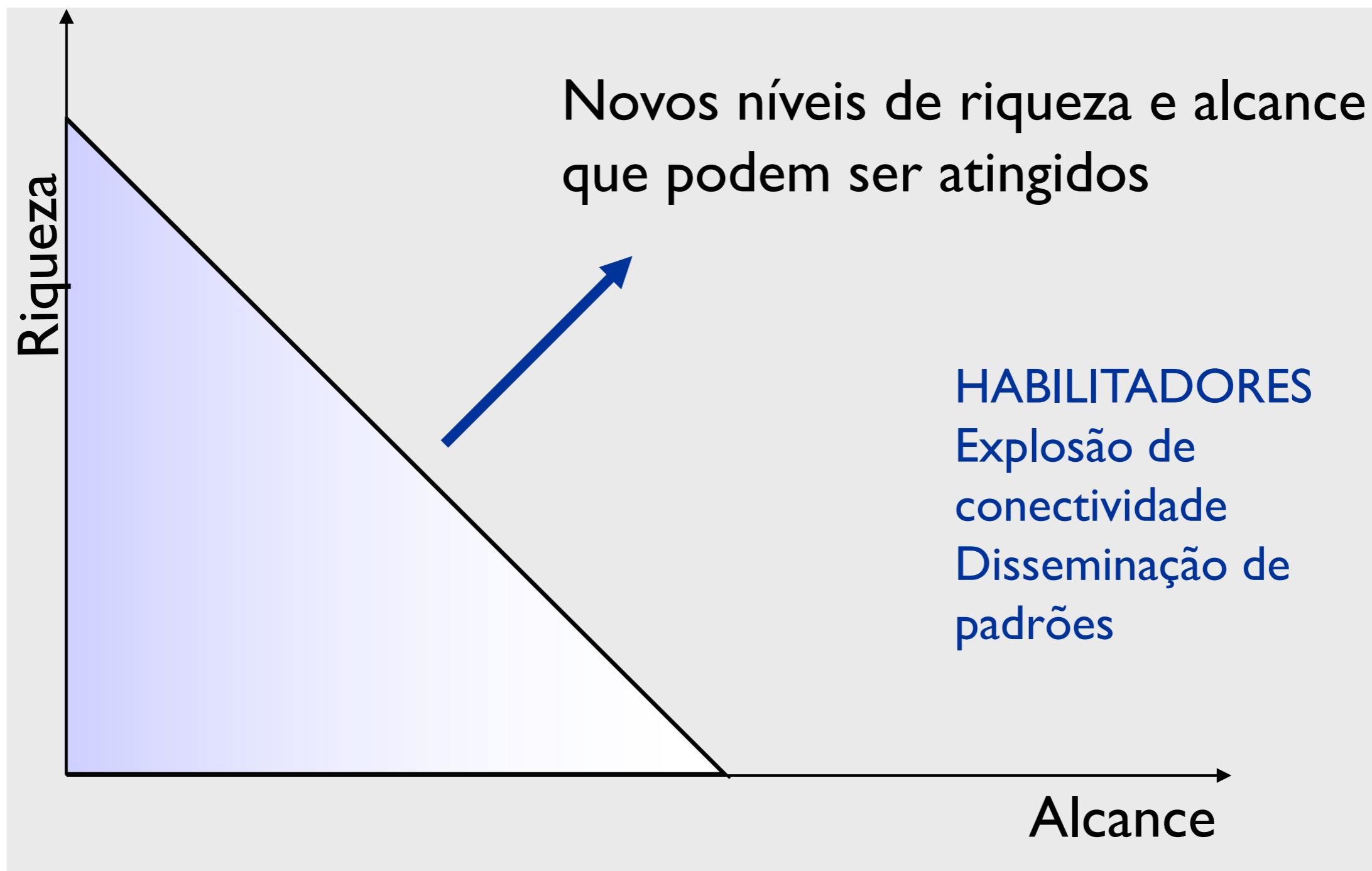
- ▶ **Transparência de custos:**

- ▶ Facilidade dos consumidores descobrirem quanto os vendedores realmente pagam por seus produtos.

Densidade da informação

- Vendedores também se beneficiam:
 - Descobrir mais informações sobre clientes;
 - Segmentar mercado em grupos;
 - Discriminação de preços para mesmo segmento de clientes.

Densidade da informação



Fonte: Sistemas de informação gerenciais: administrando a empresa digital (LAUDON, K.C.; LAUDON, J. P., 2003).

Personalização/customização

- **Personalização:** vendedores podem direcionar suas mensagens de *marketing* para indivíduos específicos;
- **Customização:** mudar o produto ou serviço com base nas preferências do usuário ou em seu comportamento passado.

Mercadorias digitais

- Mercadorias que podem ser fornecidas por meio de uma rede digital;
 - Faixas de música;
 - Vídeos;
 - Softwares;
 - Jornais;
 - Revistas;
 - Livros.
- A Internet oferece a possibilidade de fornecer todos esses produtos como produtos digitais.

Mercadorias digitais

Custo de produção	Alto (maior parte do custo)	Variável
Custo de cópia	Aproximadamente zero	Maior que zero, alto
Custo de entrega distribuída	Baixo	Alto
Custo de estoque	Baixo	Alto
Custo de Marketing	Variável	Variável
Determinação de preços	Mais variável (venda em pacote, jogos de determinação aleatória de preços)	Fixo, baseado nos custos unitários

Modelos de negócios de Internet

- Com a revolução no comércio, novos modelos aparecem e outros se tornam inviáveis;
- Exemplos de novos modelos:
 - Loja Virtual;
 - Provedora de conteúdo;
 - Provedora de serviços online;
 - Comunidade virtual;
 - Portal;
 - Etc.

Categorias de Comércio eletrônico

- Levam em conta a natureza dos participantes:
 - Comércio eletrônico empresa-consumidor (B2C);
 - Comércio eletrônico empresa-empresa (B2B);
 - Comércio eletrônico consumidor-consumidor (C2C).

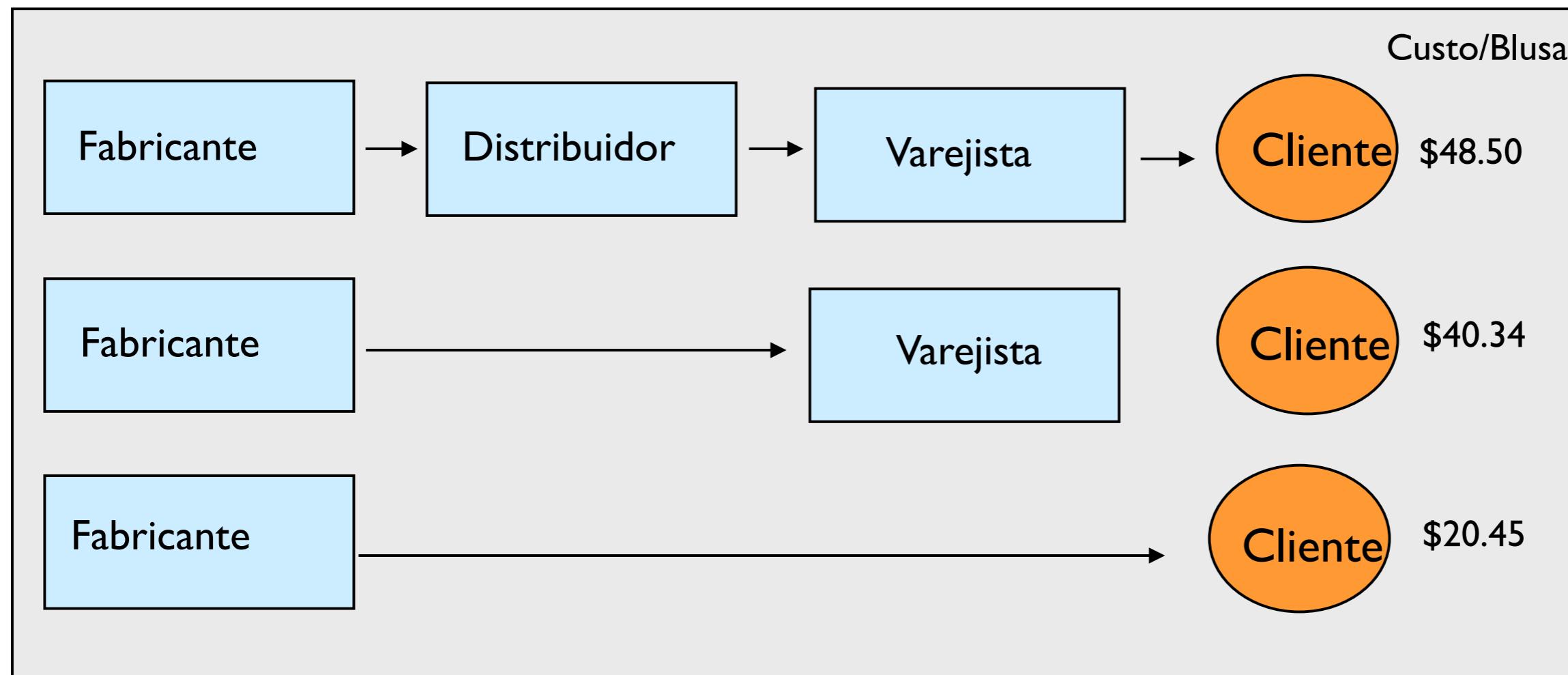
Comércio eletrônico empresa-consumidor (B2C)

- Venda de produtos e serviços no varejo diretamente a compradores individuais;
 - Livros;
 - Softwares;
 - Música;
 - Etc.

Comércio eletrônico empresa-consumidor (B2C)

► Varejo centrado no cliente:

- Vendas diretas pela internet;
- Eliminar intermediários no canal de distribuição pode reduzir significativamente os custos da transação.



Comércio eletrônico empresa-consumidor (B2C)

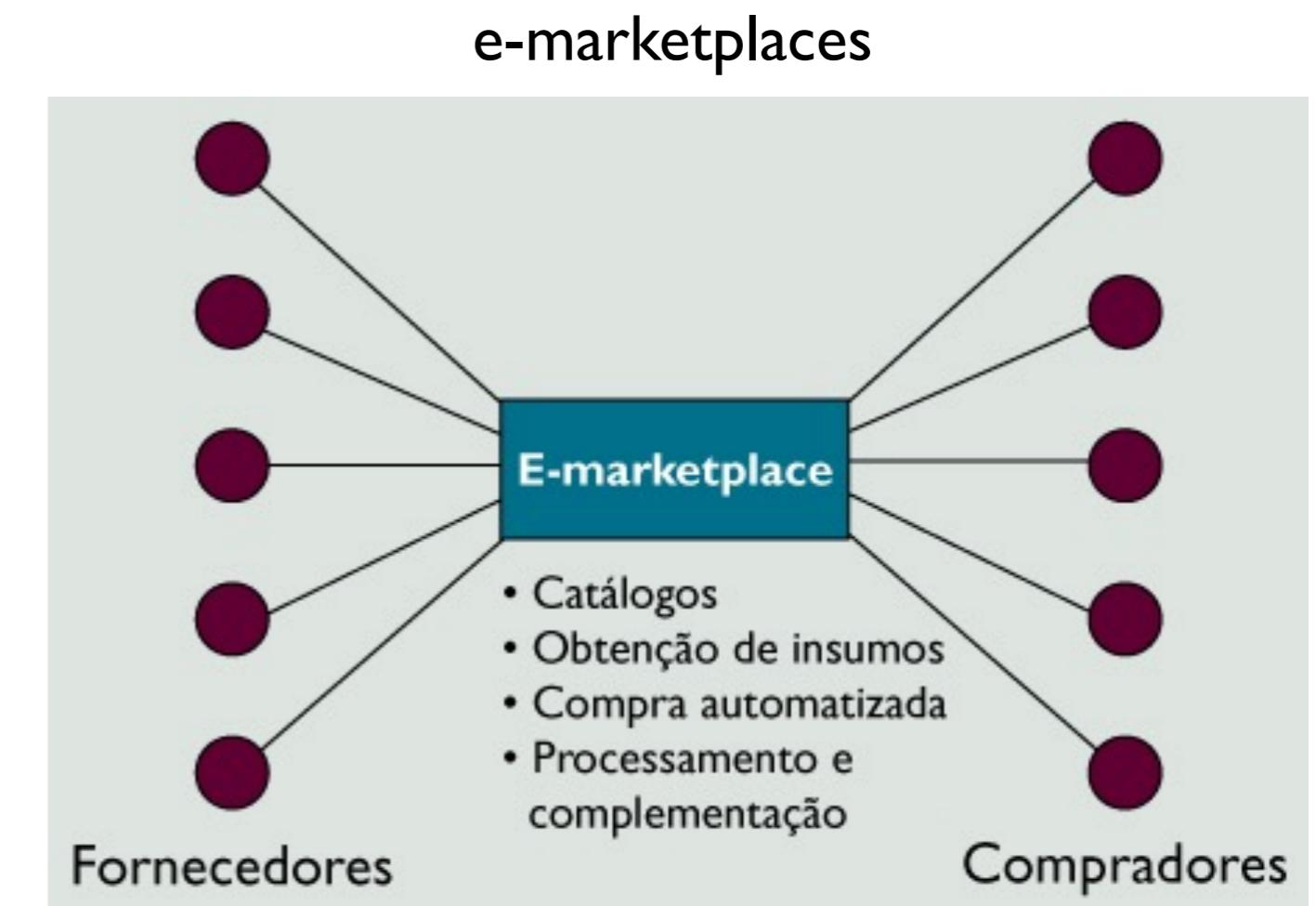
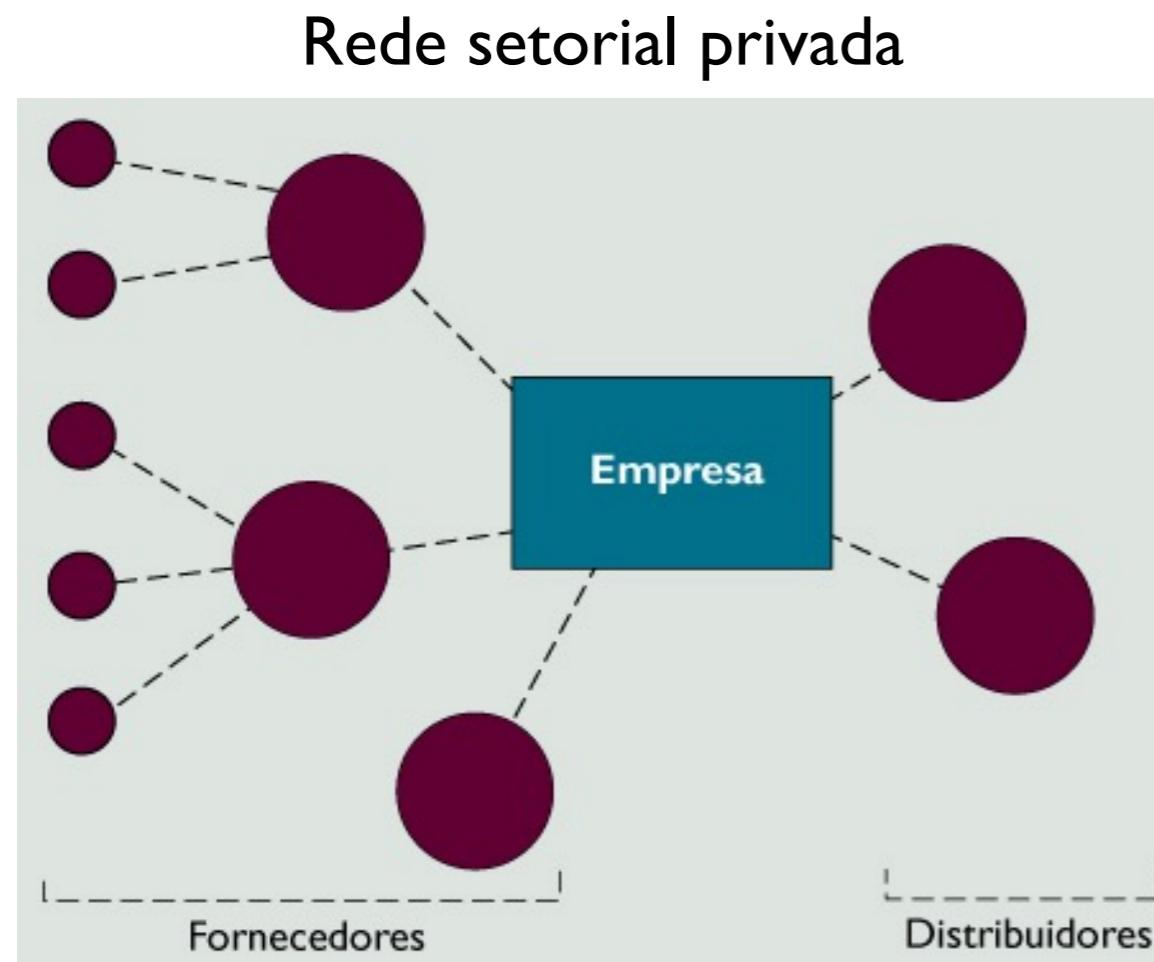
►Problemas:

- Conflito de canais;
- Atendimento aos pedidos.

Comércio eletrônico empresa-empresa (B2B)

- ▶ Representam o maior volume do CE, cerca de 85%;
- ▶ Transações entre organizações;
- ▶ Sistemas proprietários de alto custo;
- ▶ Substituição de gigantescos sistemas para tecnologias Web;
- ▶ Venda de bens e serviços entre empresas;
 - ▶ Empresa fornecedora de matéria-prima;
 - ▶ Cadeia de suprimentos.

Comércio eletrônico empresa-empresa (B2B)



Fonte: Sistemas de informação gerenciais: administrando a empresa digital (LAUDON, K.C.; LAUDON, J. P., 2003).

Comércio eletrônico empresa-empresa (B2B)

► E-marketplaces:

- Insumos diretos e indiretos;
- Custos de pesquisa e de transação mais baixos;
- Maior poder de barganha;
- Valor agregado ao produto final.

► Outra modalidade de negócio:

- Fornecedores de ambientes que promovem o e-marketplaces.

Comércio eletrônico consumidor-consumidor (C2C)

- Venda eletrônicas de bens e serviços por consumidores diretamente para outros consumidores:
 - eBay (leilões);
 - Etc.

[Cadastre-se](#) | [Meu Cadastro \(Meu MercadoLivre\)](#) | [MercadoPago](#) | [Contato](#)

 *Onde você compra e vende de tudo*

[Buscar](#)

[Classificados](#)
► Carros, Motos e Outros
► Imóveis
► Serviços

[Categorias](#)
► Câmeras e Acessórios
► Celulares e Telefonia
► Eletrodomésticos
► Eletrônicos, Áudio e Vídeo
► Games
► Informática

► Artigos para Bebês
► Calçados, Roupas e Bolsas
► Esportes e Fitness
► Jóias e Relógios
► Saúde e Beleza

► Acessórios para Veículos
► Agro, Indústria e Comércio
► Animais
► Móveis e Decoração

► Antiguidades
► Brinquedos e Hobbies
► Coleções e Comics
► Filmes e Seriados

Anúncios em destaque

 Tuning Imports Lanterna Altezza Linha Chevrolet Frete Gratis R\$ 179,00	 Imperdível: Macbook Pro 17 R\$ 3.000,00
 God Of War 3 Lacrado Americano Para Pronta Entrega No Brasil R\$ 158,99	 Bateria Panasonic 6h Cga-Du21 Du21 P/Gs180 Gs320 Gs80 Gs85 R\$ 99,00
 Celular 2 Chips Vaic A2000/A1900 Mp10/Mp15 + 2gb + Tv+Brinde	 Massageador Fysiotec Alpha 7 Manual Infravermelho Percussão

[Venda no MercadoLivre](#) [Anunciar agora](#)

Imperdíveis de hoje

 **38% OFF** Óculos Carolina Herrera, feminino e masculino! em [Brandsclub.com.br](#) **R\$ 369,90**

[Veja os Imperdíveis de hoje](#)

Melhores ofertas

 **Tudo em até 18x!** Saldão de móveis Cozinha Quarto Segurança para Casa

 **Ar Condicionados** Ventiladores Climatizadores Umidificadores Tudo em até 18x!

[Os mais vendidos](#) [Ofertas a partir de R\\$ 1](#) [Arremates mais ofertados](#) [Os mais buscados](#)

Marketing interativo, personalização e auto-atendimento

- A internet abre muitas novas possibilidades para as áreas de marketing e vendas:
 - Novos canais de comunicação;
 - Novos canais de interação com os clientes;
 - Melhor custo-benefício.

Marketing interativo

- Internet e o comércio eletrônico ajudam vendedores a atingir o supra-sumo do *marketing*:
 - Produtos personalizados para milhares de consumidores;
 - Tarefa impossível para o mercado tradicional.
- Sites apresentam ferramentas online que permitem aos clientes comprar produtos sob medida, de acordo com especificações.

Marketing interativo

- Sites se tornaram fonte abundante de informações sobre clientes:
 - Suas preferências;
 - Seus modelos de compras;
 - Necessidades.
- Empresas podem elaborar produtos, serviços e determinar preços.

Marketing interativo

- ▶ Ferramentas de rastreamento de cliques coletam dados sobre as atividades de clientes em sites e armazenam em arquivos de *logs* (*clickstream ao extremo*);
- ▶ Registros de sites visitados, tipos de páginas, etc;
 - ▶ As informações são analisadas de modo a identificar o comportamento dos visitantes;
 - ▶ São desenvolvidos perfis específicos de clientes atuais e potenciais.

Marketing interativo

► Exemplos:

- A Amazon.com retém informações de cada compra feita pelo cliente. Quando ele retornar ao site Web, será recebido com uma página que recomenda livros com base em seu histórico ou na compra de outros clientes com histórico similar;
- A American Airlines está utilizando personalização para reduzir sua estrutura de custos incentivando seus clientes a gerenciar seus extratos de milhagem e comprar passagens pelo site Web.

Auto-atendimento do cliente

- ▶ Empresas usam sites e *e-mail* para responder a perguntas dos clientes ou oferecer informações úteis;
- ▶ Menor custo;
- ▶ Exemplos:
 - ▶ Gol Linhas Aéreas;
 - ▶ Correios.

Sistemas de pagamento no comércio eletrônico

- ▶ São desenvolvidos para que se possa pagar eletronicamente por mercadorias na Internet:
 - ▶ Cartão de crédito;
 - ▶ Carteiras digitais;
 - ▶ Sistemas peer-to-peer (P2P);
 - ▶ Cheques eletrônicos;
 - ▶ Etc.

Desafios e oportunidades

- ▶ Os novos modelos de negócios ainda tem que provar que são fontes duradouras de lucro;
- ▶ Exigem mudanças organizacionais profundas;
- ▶ Devem estar atentas à segurança e a privacidade do cliente;
- ▶ Ainda não há leis que regulamentam essa atividade;
- ▶ Manter toda a infra-estrutura em funcionamento permanentemente.