II Simpósio de Engenharia, Gestão e Inovação

Estudo de Migração de Clientes do Comércio Tradicional para o E-commerce

Beatriz Capaldo Matos (beatrizcapaldom@gmail.com), Bruna Garcia dos Santos (garbruna@gmail.com), Katia (katiaab_11@yahoo.com.br) e Grace (gracesantosq@gmail.com)

Resumo

A migração de clientes do comércio tradicional para o e-commerce tem aumentado exponencialmente nos últimos anos. Em razão, do alcance global, que possui impacto relevante na economia brasileira.

Além disso, capacidade de atrair e/ou reter clientes é imprescindível para o sucesso de todo negócio.

Espera-se que a realização deste trabalho contribua com trabalhos futuros sobre o tema.

Objetivos

O objetivo deste trabalho é analisar a migração de clientes do comércio tradicional para o e-commerce.

Fundamentação Teórica

"Comércio eletrônico (ou e-commerce) refere-se ao uso da Internet e da Web para conduzir negócios. Mais formalmente, diz respeito ás transações comerciais realizadas digitalmente entre organizações e indivíduos ou entre duas ou mais organizações" (LAUDON; LAUDON, 2007, p.271).

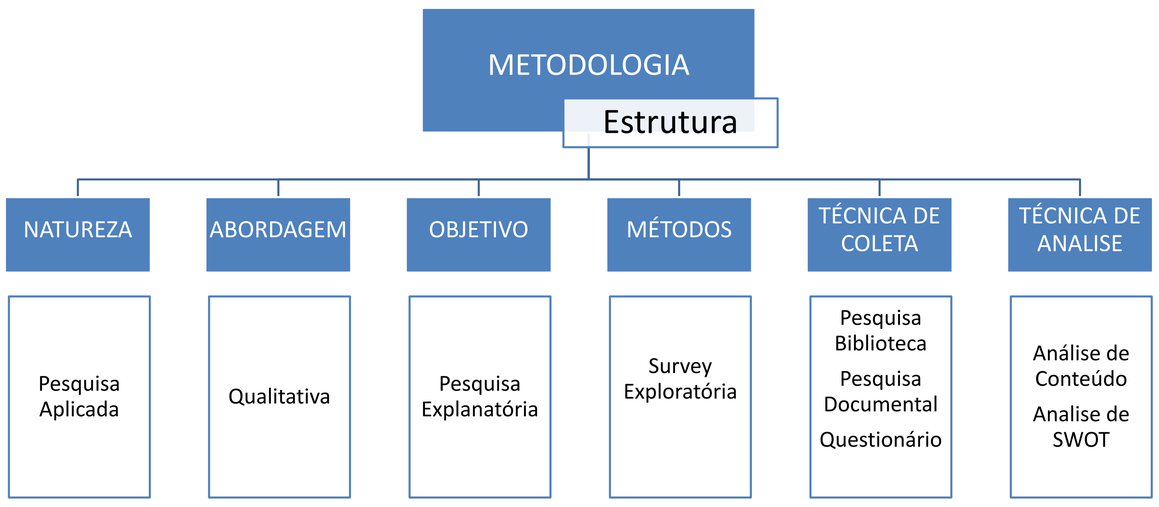
Segundo Turban e King (2003, p.03), "Por comércio eletrônico (CE, e-commerce) entende-se o processo de compra, venda e troca de produtos, serviços e informações por redes de computadores ou pela Internet".

Uma vez que, o e-commerce surgiu com o avanço tecnológico e com mudanças de ideias, tornou-se um instrumento de serviço da economia e da globalização. A empresa de software, Nuvem Shop, realizou uma pesquisa no Brasil, que indicou um aumento de 107% na abertura de lojas virtuais no primeiro trimestre de 2018, comparada com o mesmo período de 2017.

Stefano e Zattar (2016, p.44) apontam que o comércio eletrônico promoveu uma revolução no mundo dos negócios.

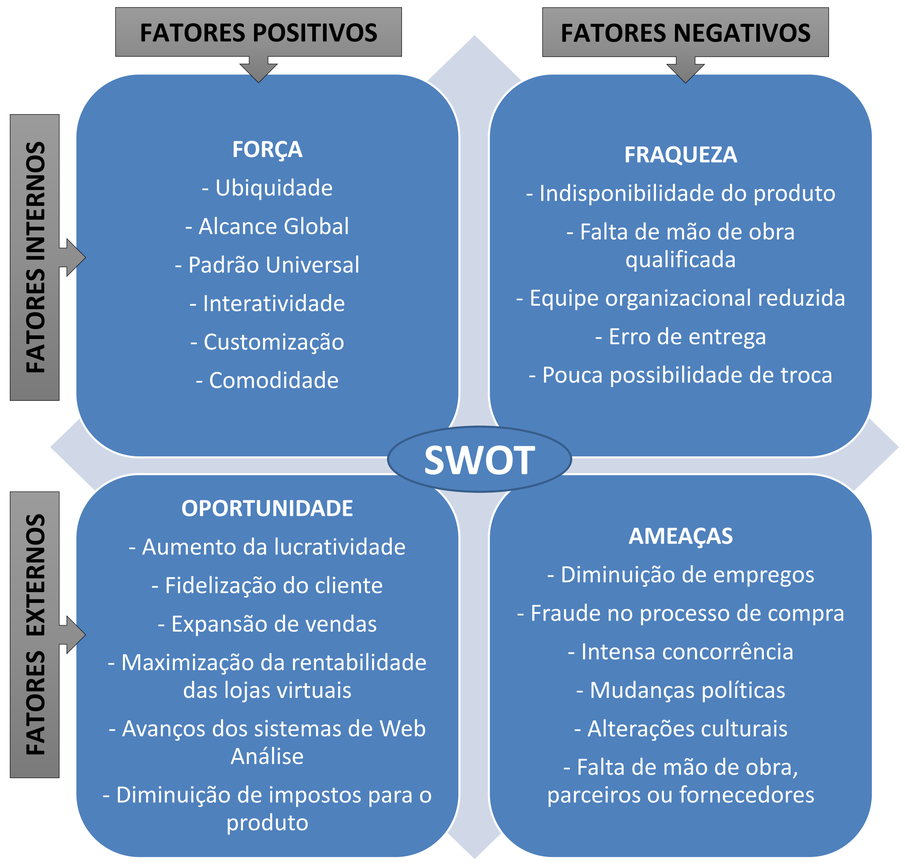
Métodos de pesquisa

A figura ilustra a metodologia considerada para atingir ao objetivo proposto com a realização deste trabalho, quanto natureza abordagem técnica de coleta e analise dos dados.



Analise de Resultados

A seguir está apresentado a análise SWOT e as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças observadas para o processo de migração de clientes do comércio tradicional para o e-commerce.



Considerações Finais

- Conclui-se que e-commerce tem ganhado audiência, alcançando maiores números de vendas, aumentando sua lucratividade.
- Limitação de estudo, sugere-se as razões da pelas quais o público do comércio tradicional, não optam pelo e-commerce.
- A comodidade das compras pelo e-commerce tem conquistado público pela praticidade do negócio.
- A diversidade de produto via e-commerce, faz lojas virtuais terem maior competitividade, com isso há diminuição dos preços.
- Espera-se que os resultados apurados contribuam para realização de futuros trabalhos sobre o tema.
- Sugere-se o aprofundamento deste trabalho em segmentos específicos do e-commerce: Eletrônicos, eletrodoméstico, moda, acessórios, casa e decoração.

Agradecimentos

Os agradecimentos à Universidade Anhembi Morumbi pelo apoio e incentivo ao trabalho, ao seu corpo docente, administração e coordenação do curso de Engenharia de Produção. Especialmente ao Prof. Orientador Mestre Carlos Franzini pelo apoio e incentivo na realização deste trabalho.

Referências

STEFANO, N.; ZATTAR, I.C. **E-Commerce: Conceitos, Implementação e Gestão.** Brasil: Editora InterSaberes, 2016.

TURBAN, E.; KING, D. **Comércio Eletrônico: Estratégia e Gestão.** Editora Pearson, 2003.

LAUDON, C. K.; LAUDON, J.P. **Sistemas de Informações Gerenciais.** São Paulo: Editora Pearson, 2007.