



Centro de Tecnologia de Informação Aplicada
Programa de Excelência em Negócios na Era Digital

P E S Q U I S A F G V - E A E S P

COMÉRCIO ELETRÔNICO NO MERCADO BRASILEIRO

18ª Edição – 2016

Alberto Luiz Albertin

Professor da FGV-EAESP e Coordenador do CIA e do NED



Centro de Tecnologia de
Informação Aplicada da EAESP

Programa de
Excelência em **NED**
Negócios na Era Digital

www.fgvsp.br/cia/ned

Introdução

O Comércio Eletrônico é um dos aspectos relevantes no ambiente empresarial atual e tem recebido atenção especial das empresas nos últimos anos, primeiro por ser considerado como uma grande oportunidade estratégica, depois pelo questionamento de sua efetiva validade, e finalmente numa perspectiva realista de suas possibilidades e limitações.

Neste cenário, o conhecimento da realidade de sua efetiva utilização pelas empresas, bem como de sua evolução, permite analisar as suas reais contribuições bem como os aspectos relevantes para a garantia de seu aproveitamento.

As informações sobre gastos e investimento, nível de Comércio Eletrônico, processos efetivamente realizados neste ambiente, infraestrutura de aplicações tecnológicas, aspectos e contribuições oferecidas às empresas formam o panorama completo a ser considerado.

Estas informações servem como base para análises, a partir de instrumentos robustos, que permitem aprimorar o conhecimento deste ambiente empresarial e fornecer subsídios imprescindíveis para a elaboração de estratégias empresariais.

Este estudo é um dos realizados pelo Programa de Excelência em Negócios na Era Digital (NED) do Centro de Tecnologia de Informação Aplicada (CIA), da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP) da Fundação Getúlio Vargas (FGV). O NED agrega e coordena os vários esforços relativos a Negócios na Era Digital nos ambientes empresarial e acadêmico.

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro¹, coordenada pelo Prof. **Alberto Luiz Albertin**², está na sua 18ª edição, 2016, e é um destes esforços, estando totalmente inserida no contexto de sinergia com as demais iniciativas, presente e futuras. Os dados se referem aos valores de Comércio Eletrônico praticados no mercado brasileiro em 2015.

Esta edição, a décima oitava, representa um marco por ser um grande resultado do esforço de pesquisa da equipe que a realiza, do apoio institucional que ela recebe e por ela representa a continuidade de um estudo contínuo que formou uma das bases mais robustas e consistentes sobre o Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro.

A Pesquisa conta com a participação da pesquisadora **Rosa Maria de Moura Albertin**³, nos seus vários estágios, em especial na análise das informações e elaboração das conclusões e tendências.

¹ O questionário da 19ª edição, 2017, está disponível em www.fgvsp.br/cia/ned.

² albertin@fgv.br

³ rosa.moura@fgv.br

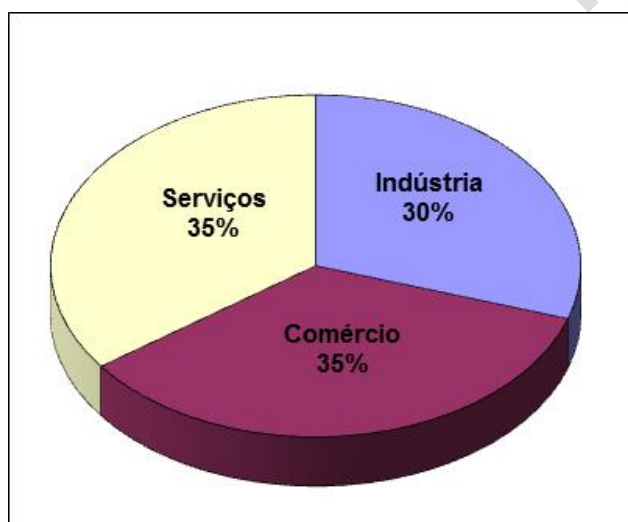
RESULTADOS DA PESQUISA

1 AMOSTRA

A amostra utilizada na Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 18ª edição, 2016, foi formada por 532 empresas, dos vários setores e portes. As empresas participantes são empresas que atuam no ambiente tradicional e também estão atuando no ambiente de CE, em maior ou menor nível, e daquelas que foram constituídas somente para este ambiente.

1.1 Distribuição da Amostra por Setor

Gráfico 1 – Distribuição da Amostra por Setor



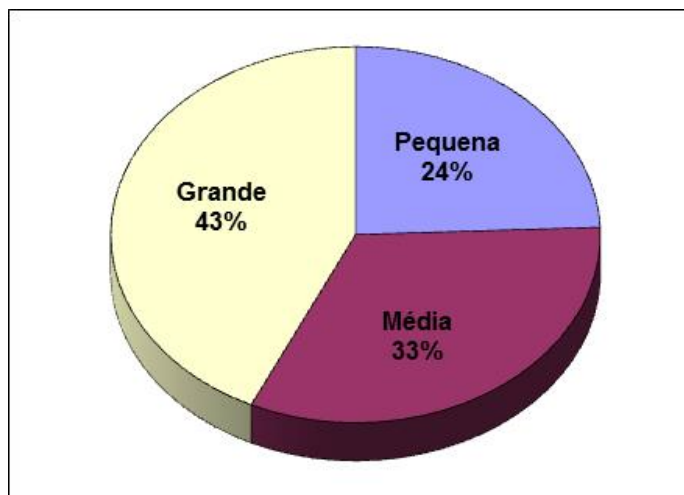
A Pesquisa contou com participação das empresas dos setores de Serviços, Comércio e Indústria, sendo maior a participação dos dois primeiros setores. O setor de serviços públicos não apresentou respostas representativas, não permitindo ser considerado.

2 SITUAÇÃO DA EMPRESA

A situação das empresas que participaram da Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 18ª edição, 2016, apresentam uma utilização significativa de CE nos esforços organizacionais, incluindo gastos e investimentos, e estruturação.

2.1 Distribuição da Amostra por Faturamento

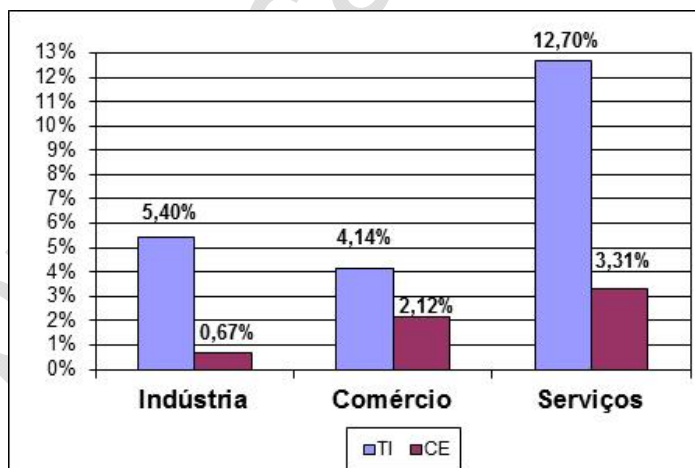
Gráfico 2 – Distribuição da Amostra por Faturamento



A amostra de empresas que participaram da Pesquisa apresentou uma adequada distribuição por faturamento, sendo que a maior participação das empresas consideradas grandes não compromete a análise das informações.

2.2 Gastos e Investimentos em TI e CE por Setor

Gráfico 3 – Gastos e Investimentos em TI e CE



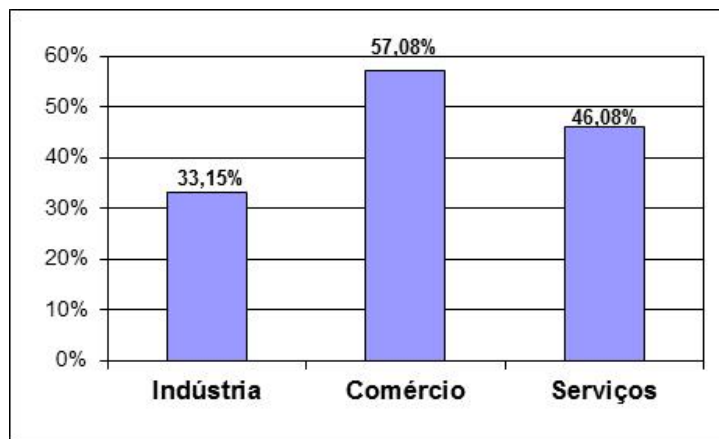
A Pesquisa identificou que o setor de Serviços apresenta um índice de gastos e investimentos em TI e CE, em relação à receita líquida, maior do que os demais setores. Esta situação é explicada pela participação dos bancos neste setor.

O setor de Comércio apresentou um índice maior em relação à proporção dos gastos e investimento em TI e CE. Esta situação é adequada em relação às características deste setor e dos produtos e serviços por ele transacionados.

Os três setores apresentaram crescimento em relação aos gastos e investimento em TI e CE, com crescimento menor do o de 2016/2015 devido à crise econômica.

2.3 Empresas com Área de CE

Gráfico 4 – Empresas com Áreas de CE



As empresas já estabilizaram as mudanças organizacionais para incluir áreas específicas de CE, com diminuição do percentual das empresas que apresentam estas áreas. As áreas de CE, na sua maioria, são subordinadas principalmente à área de TI.

3 SITUAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO NAS EMPRESAS

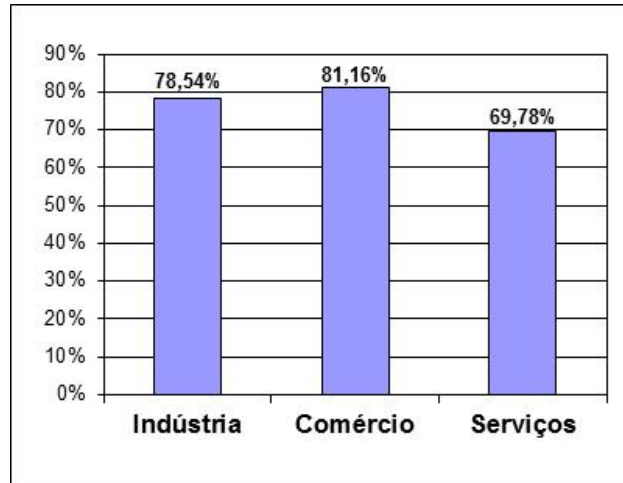
A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 18ª edição, 2016, confirmou que o CE nas empresas está totalmente consolidado, principalmente em relação a sua aplicação no relacionamento com clientes e fornecedores, com crescimento coerente com a expectativa apresentada para 2015 e o contexto econômico. O relacionamento com fornecedores, embora menor do que com clientes, continua apresentando crescimento expressivo para os três setores.

Esta situação apresenta índices elevados em relação à quantidade de empresas e índices expressivos em relação à participação na realização das transações do mercado total.

A contribuição desejada tem sido a de novas oportunidades de negócio e a estratégia competitiva.

3.1 CE com Fornecedores

Gráfico 5 – CE no Relacionamento com Fornecedores

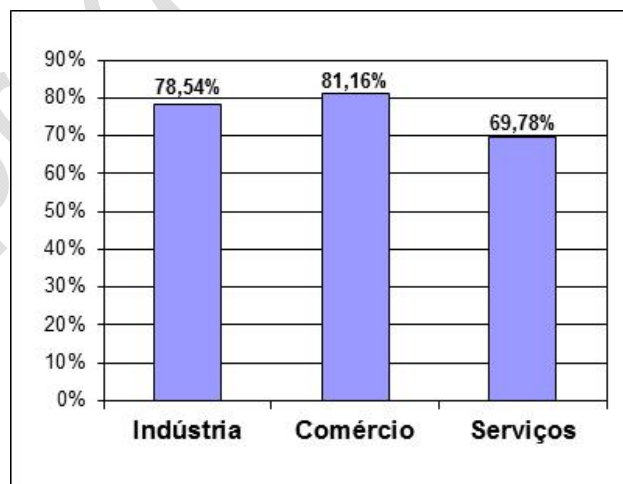


O setor de Indústria foi o que apresentou o maior crescimento na utilização do CE no seu relacionamento com fornecedores, sendo que esta situação é bastante influenciada pelo aumento da utilização de aplicações de CE nos processos relativos a cadeia de suprimentos.

Os produtos mais comercializados são materiais para manutenção, reparo e operação, materiais de escritórios, suprimentos, equipamentos de informática e informação. Matéria prima também foi mencionada de forma significativa.

3.2 CE com Clientes

Gráfico 6 – CE no Relacionamento com Clientes



Os setores apresentam relativa similaridade no alto índice de utilização de CE no seu relacionamento com clientes, sendo que esta situação é bastante influenciada pela

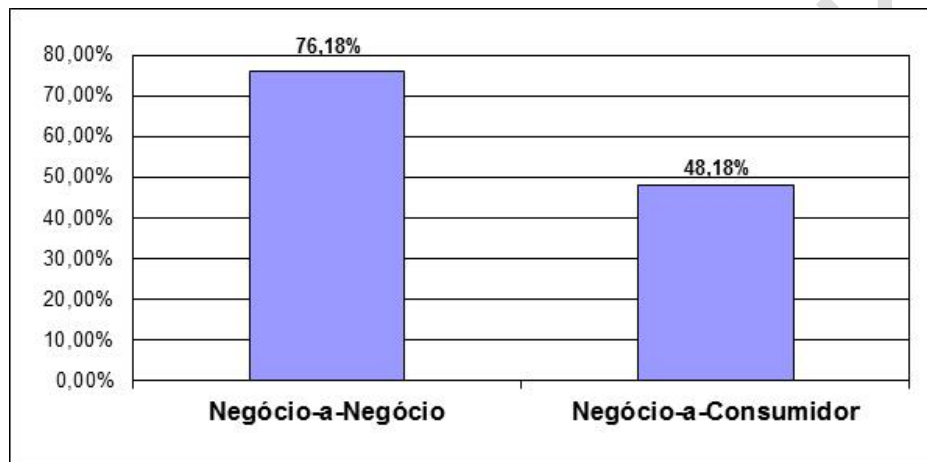
utilização de Home Page, correio eletrônico e catálogos eletrônicos para a divulgação de informações para os clientes.

A situação atual das empresas apresenta fortes indícios de que a fase inicial da utilização das aplicações de CE já se consolidou.

Os produtos e serviços mais comercializados são os serviços bancários, produtos de informática e livros.

3.3 Nível de CE no Mercado Brasileiro

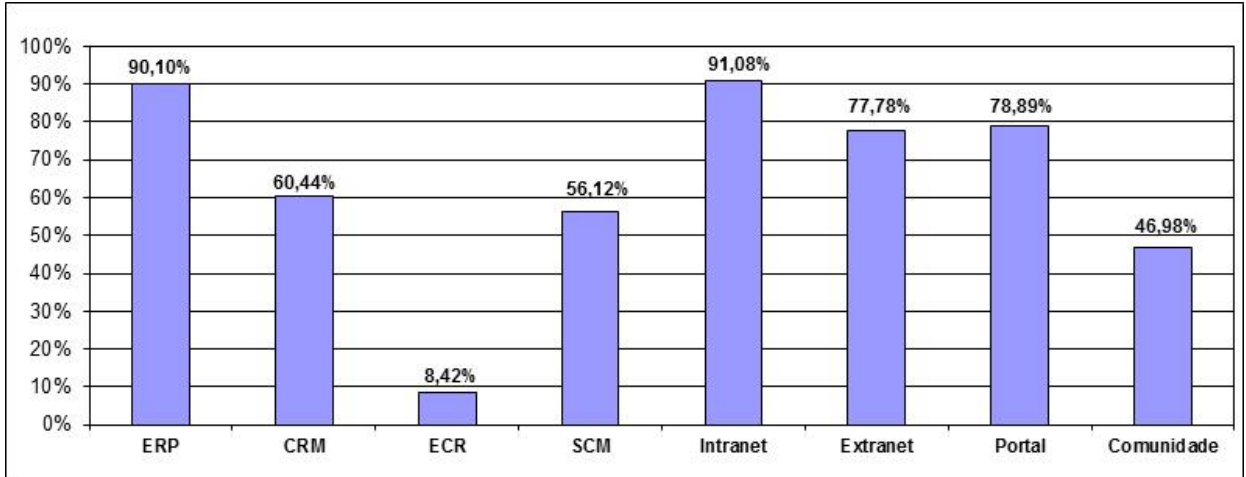
Gráfico 7 – Nível de CE no Mercado Brasileiro



A Pesquisa identificou que o nível de CE apresenta os índices de 76,18% nas transações de negócio-a-negócio e 48,18% nas transações de negócio-a-consumidor. Este índice refere-se a valores transacionados em CE, não ao número de transações realizadas, e consideram o mercado total. Os processos de negócio podem ser realizados de forma completa ou parcial na infraestrutura de Comércio Eletrônico.

3.4 Utilização de Modelos de Integração

Gráfico 8 – Utilização de Modelos de Integração

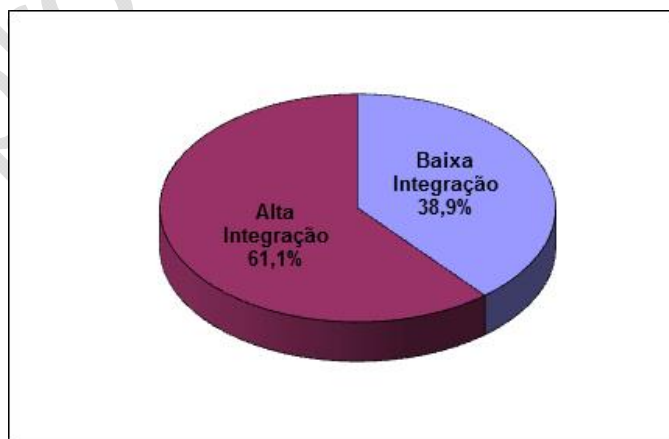


A utilização efetiva dos modelos de integração interna e externa, com fornecedores e clientes, já apresenta índices significativos, em especial a utilização de intranets, ERP, extranets e portais. A utilização de CRM continua sendo significativa, sendo que não representa a utilização de todas as funcionalidades destas aplicações, mas é coerente com a busca de melhor relacionamento com clientes por meio do CE.

Os modelos de relacionamento com ECR continuam a ser utilizado pelas empresas em num nível ainda baixo de forma similar à Pesquisa anterior, com estabilidade. As comunidades atingiram índices significativos de crescimento em 2010 e desde então tem mantido um índice de crescimento uniforme.

3.5 Nível de Integração Automática

Gráfico 9 – Nível de Integração Automática



A Pesquisa identificou que a integração automática entre os processos internos e os externos, apoiados nas aplicações de CE, cresceu mas ainda pode ser considerada

insuficiente para a realização de processos pretendida, apesar do o crescimento da atenção dada aos aspectos de adequação organizacional e tecnológica.

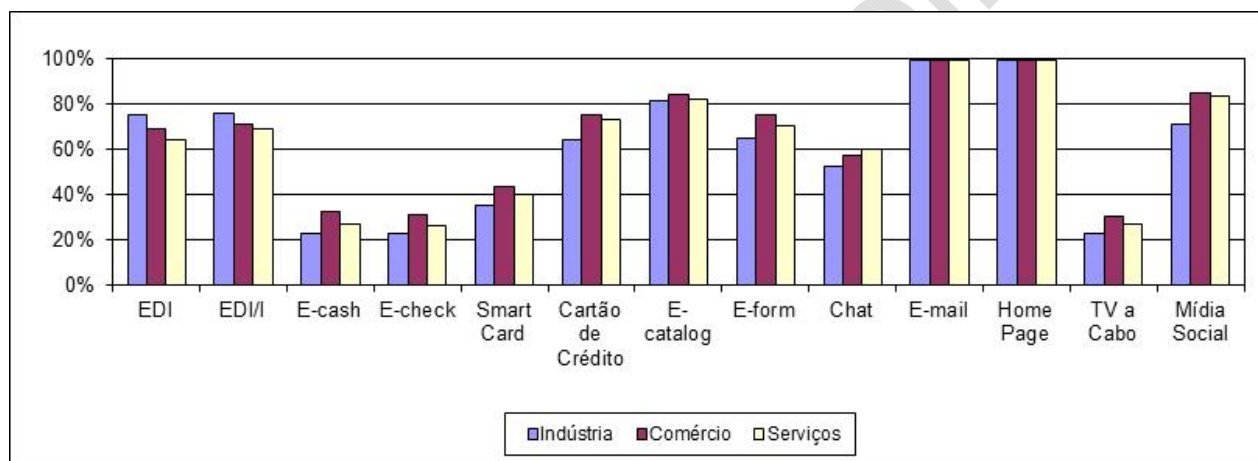
4. INFRAESTRUTURA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 18ª edição, 2016, identificou que, em relação à infraestrutura de CE, as empresas apresentam um nível razoável de utilização, principalmente das aplicações já consideradas consolidadas.

As previsões das empresas confirmam a tendência da utilização das demais aplicações, incluindo aquelas consideradas mais revolucionárias.

4.1 Utilização de Aplicações de Infraestrutura de CE

Gráfico 10 – Utilização de Aplicações de Infraestrutura de CE



A utilização das aplicações de EDI é significativamente maior no setor de Indústria devido aos processos relativos a cadeia de suprimentos. Os setores de Comércio e Serviços passam também a utilizar de forma acentuada para estes mesmos processos. O índice de EDI/I superou o de EDI, mas as empresas utilizam este último há mais tempo.

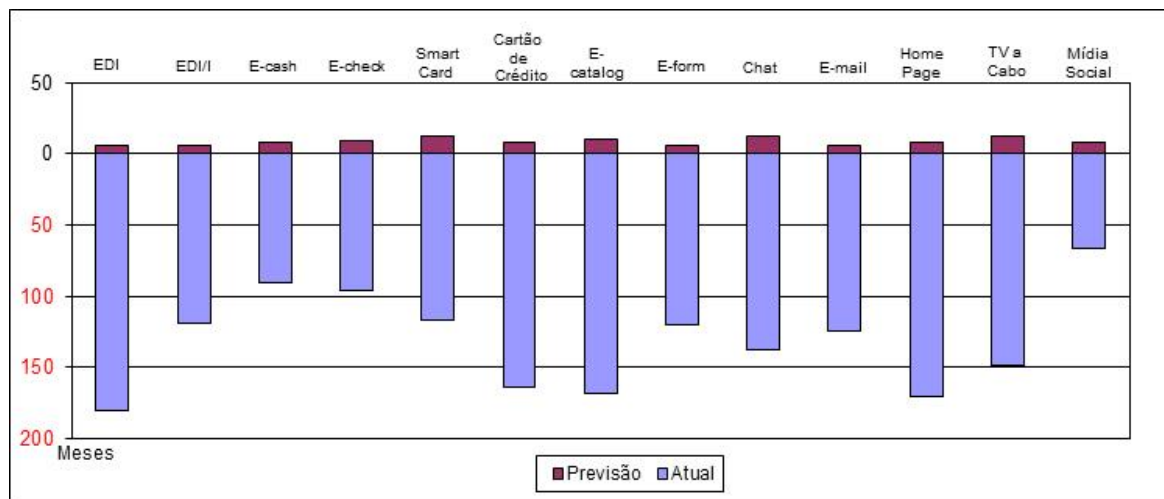
O cartão de crédito é o sistema eletrônico de pagamento mais utilizado no CE, principalmente devido ao setor de Comércio. As demais aplicações começam a apresentar pequenos índices de utilização.

As aplicações que apresentam um índice de maior utilização pelas empresas são as de E-mail e Home Page, atingindo um nível próximo de 100%. A utilização das aplicações de catálogo eletrônico e formulário eletrônico passa a ser significativa, em especial a de catálogo para o setor de Comércio.

A Mídia Social, pesquisada de forma quantitativa e qualitativa, passou a ser referenciada de forma significativa. Vários processos relacionados a clientes (atuais e potenciais) e fornecedores passaram a ser realizados neste ambiente.

4.2 Situação e Previsão de Utilização de Aplicações de Infraestrutura de CE

Gráfico 11 – Situação e Previsão de Utilização das Aplicações de CE



A Pesquisa identificou que o tempo médio de utilização das aplicações de EDI pelas empresas aumentou, permitindo identificar a estabilização da utilização desta aplicação. As informações sobre as mídias sociais ainda não permite esta análise.

O tempo de utilização das aplicações de pagamento não apresentou grandes alterações devido ao pequeno número de empresas que passaram a adotá-las nos últimos meses.

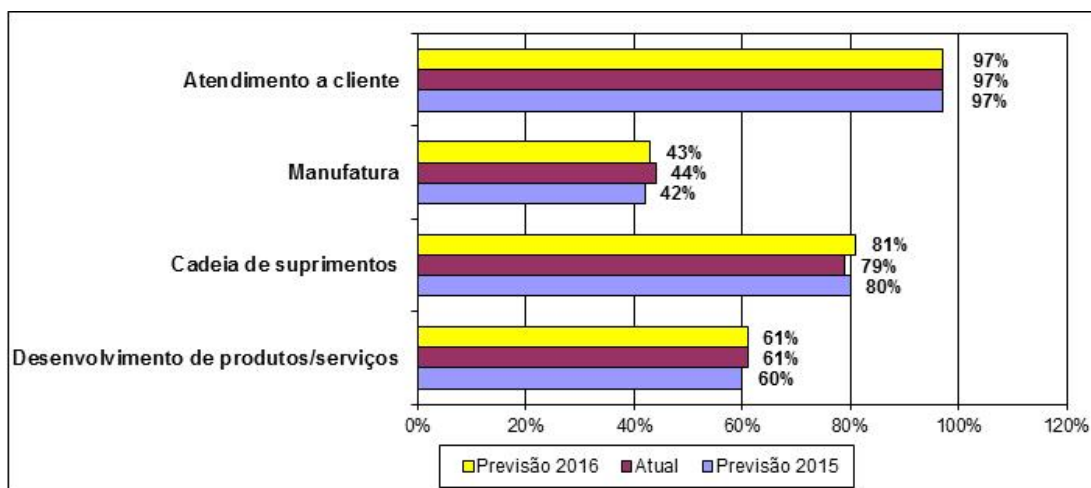
O tempo médio de utilização das aplicações de Home Page e E-mail aumentou, permitindo confirmar a estabilização destas aplicações devido ao alto índice de utilização nos últimos anos. O aumento da utilização de formulário eletrônico, conforme previsto na Pesquisa anterior, teve como consequência a diminuição do tempo médio de utilização.

5 COMÉRCIO ELETRÔNICO NOS PROCESSOS DE NEGÓCIO DAS EMPRESAS

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 18ª edição, 2016, identificou que as empresas estão utilizando as aplicações de CE principalmente nos seus processos de Atendimento a Cliente, sendo que esta situação varia conforme o setor considerado. A pesquisa considera o índice de empresas que utilizam alguma aplicação de CE nos seus processos.

5.1 CE e os Processos de Negócio

Gráfico 12 – CE e os Processos de Negócio

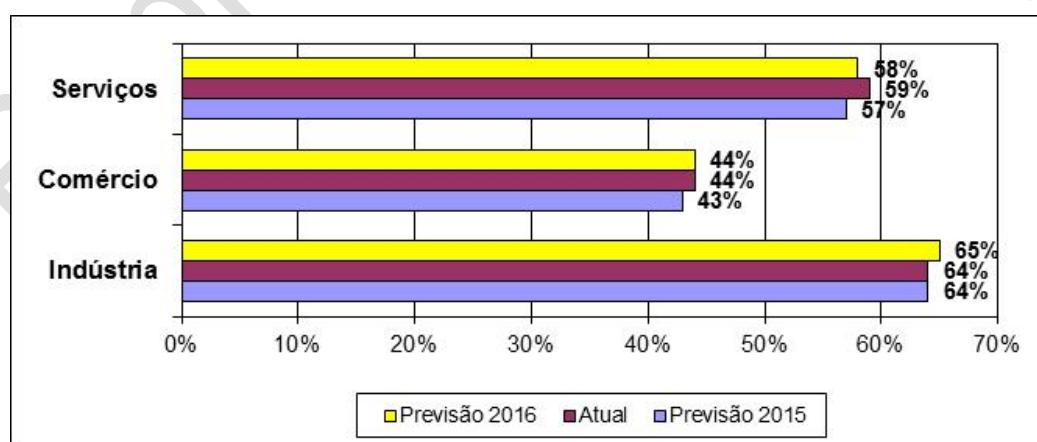


As empresas continuam utilizando as aplicações de CE principalmente nos processos referentes a Atendimento a Clientes, sendo que esta situação não deve apresentar grandes mudanças a médio e longo prazo, segundo as previsões das empresas. A utilização das aplicações de CE nos processos de Cadeia de Suprimentos está atingindo índices elevados, conforme previsto na Pesquisa anterior.

A situação atual apresentou índices coerentes com as estimativas das empresas para 2015 para o processo de Atendimento a Cliente. Para Manufatura e Desenvolvimento de Produtos e Serviços, o índice de 2015 supera a estimativa para este ano. Para o processo de Cadeia de Suprimentos havia uma previsão maior do que o índice alcançado neste ano, mas mesmo assim houve crescimento em relação a 2014.

5.2 CE nos Processos de Desenvolvimento de Produtos/Serviços

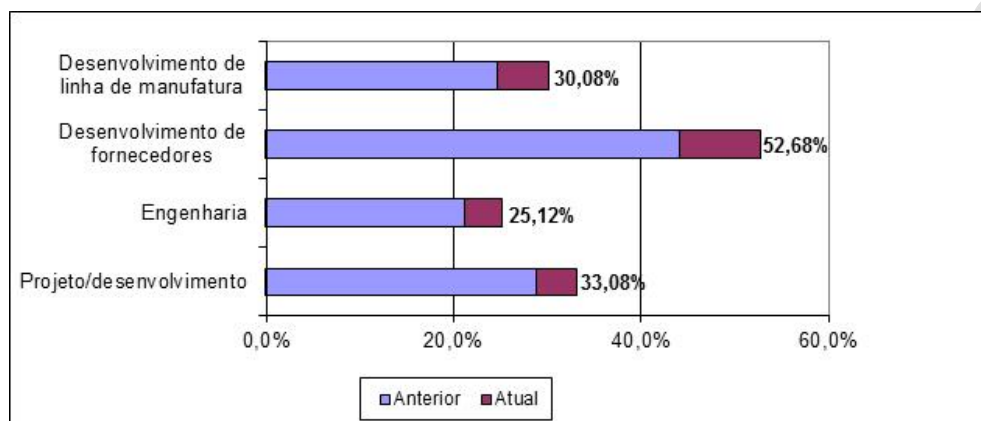
Gráfico 13 – CE nos Processos de Desenvolvimento de Produtos/Serviços



As empresas dos setores de Indústria e Serviços são as que apresentam maior utilização das aplicações de CE nos processos referentes a Desenvolvimento de Produtos/Serviços.

A situação atual de 2015 apresentou índices maiores do que as estimativas das empresas para este ano. O setor de Serviços prevê uma pequena diminuição para 2016.

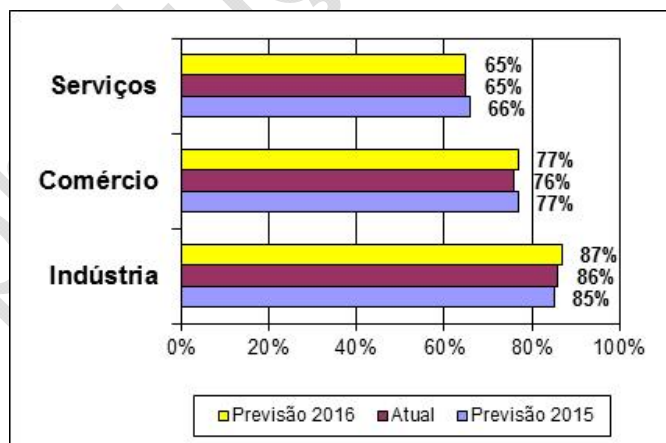
Gráfico 14 – CE nos Sub Processos de Desenvolvimento de Produtos/Serviços



O sub processo de Desenvolvimento de Fornecedores é o que apresenta maior índice de utilização de Comércio Eletrônico e o que teve maior crescimento em 2015.

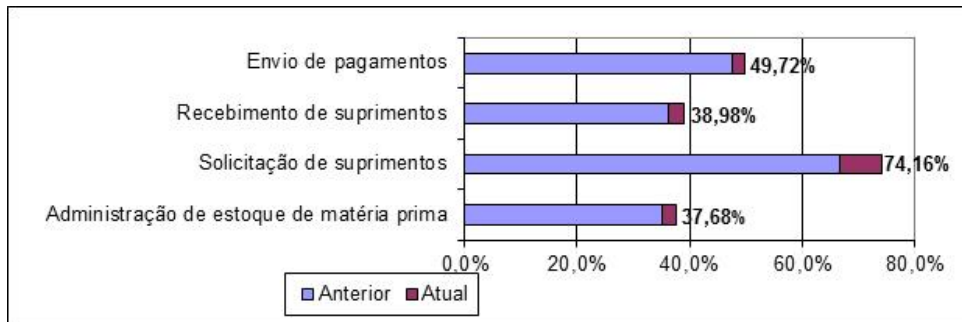
5.3 CE nos Processos de Cadeia de Suprimentos

Gráfico 15 – CE nos Processos de Cadeia de Suprimentos



As empresas do setor de Indústria são as que apresentam maior utilização das aplicações de CE nos processos referentes a Cadeia de Suprimentos. O setor de Indústria apresentou uma situação atual que superou as estimativas que as empresas tinham para a utilização de CE nestes processos, confirmando de forma aproximada a previsão para 2015.

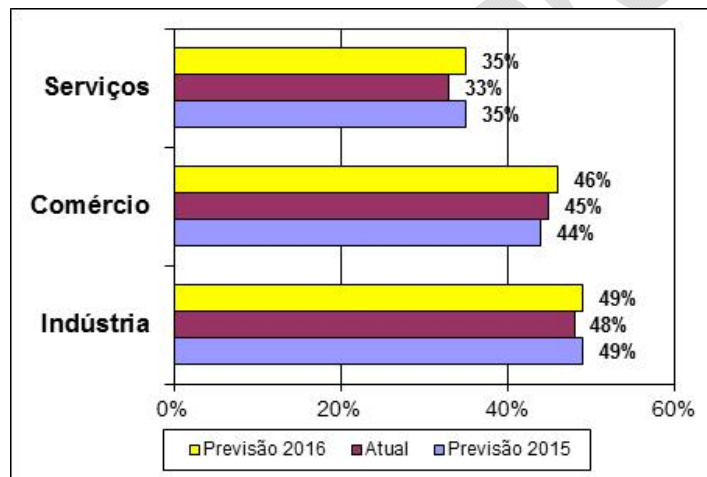
Gráfico 16 – CE nos Sub Processos de Cadeia de Suprimentos



O sub processo de Solicitação de Suprimentos é o que apresenta maior índice de utilização de Comércio Eletrônico e o que teve maior crescimento em 2015.

5.4 CE nos Processos de Manufatura

Gráfico 17 – CE nos Processos de Manufatura

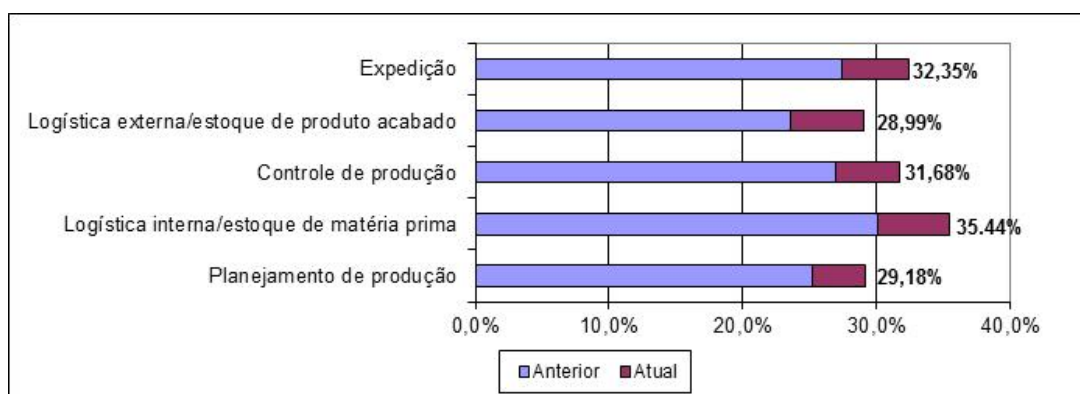


As empresas dos setores de Indústria e Comércio são as que apresentam maior utilização das aplicações de CE nos processos referentes a Manufatura.

As empresas dos setores de Serviços e Comércio consideraram seus processos de logística interna de reposição de estoques intermediários como pertencentes aos processos de manufatura.

A situação atual para os setores de Serviços e Indústria, apresentou índices inferiores às estimativas das empresas para 2015.

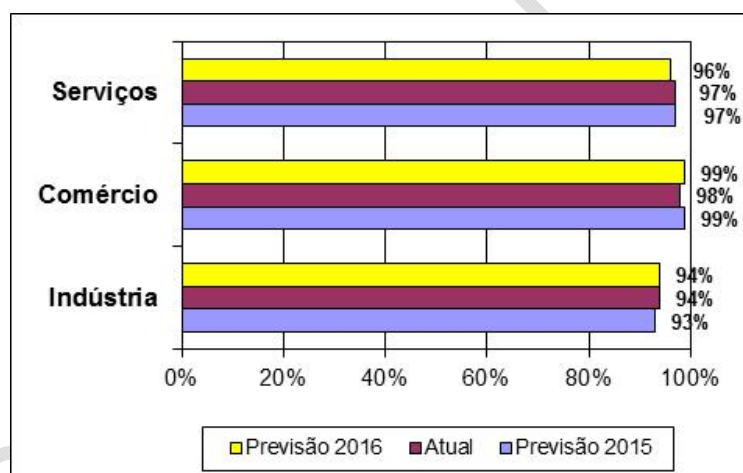
Gráfico 18 – CE nos Sub Processos de Manufatura



O sub processo de Logística Interna e Estoque de Matéria Prima é o que apresenta maior índice de utilização de Comércio Eletrônico e o que teve maior crescimento em 2015.

5.5 CE nos Processos de Atendimento a Clientes

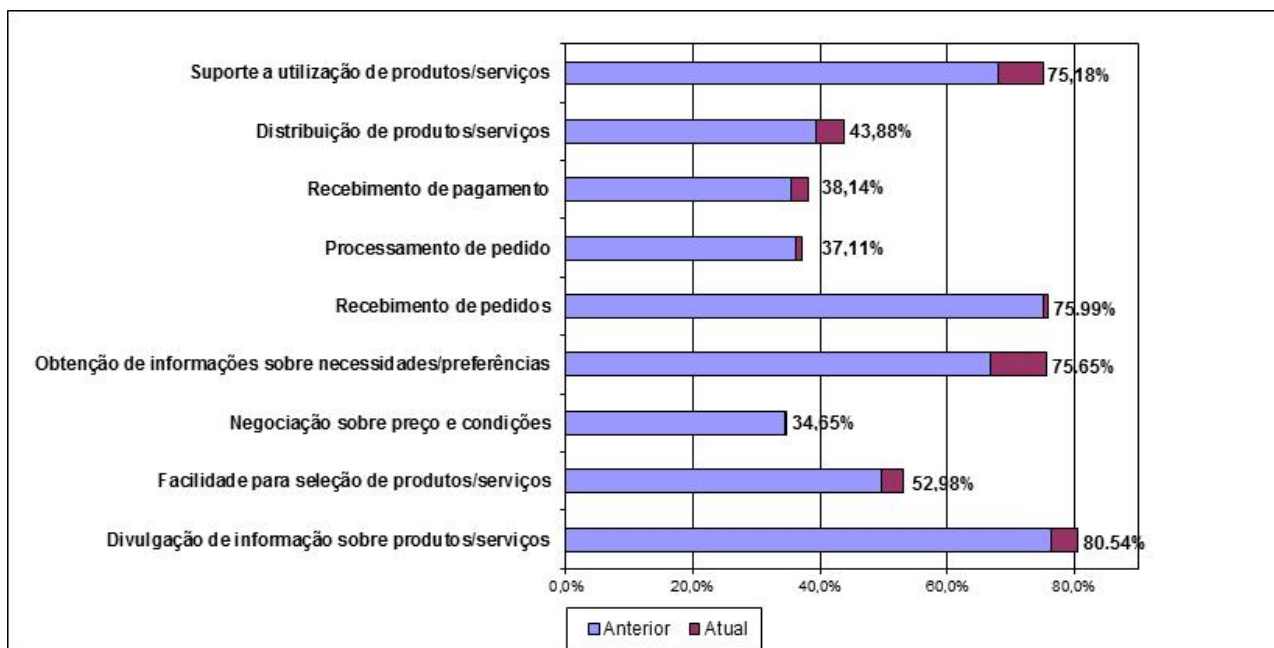
Gráfico 19 – CE nos Processos de Atendimento a Clientes



As empresas dos vários setores apresentam níveis similares de utilização das aplicações de CE nos processos referentes a Atendimento a Cliente, todos muito elevados.

Como o foco principal do CE, segundo as empresas, é o relacionamento com clientes, praticamente todos os setores apresentam altos índices de utilização. A situação atual, para os três setores, apresentou índices próximos às estimativas das empresas para 2015.

Gráfico 20 – CE nos Sub Processos de Atendimento a Clientes



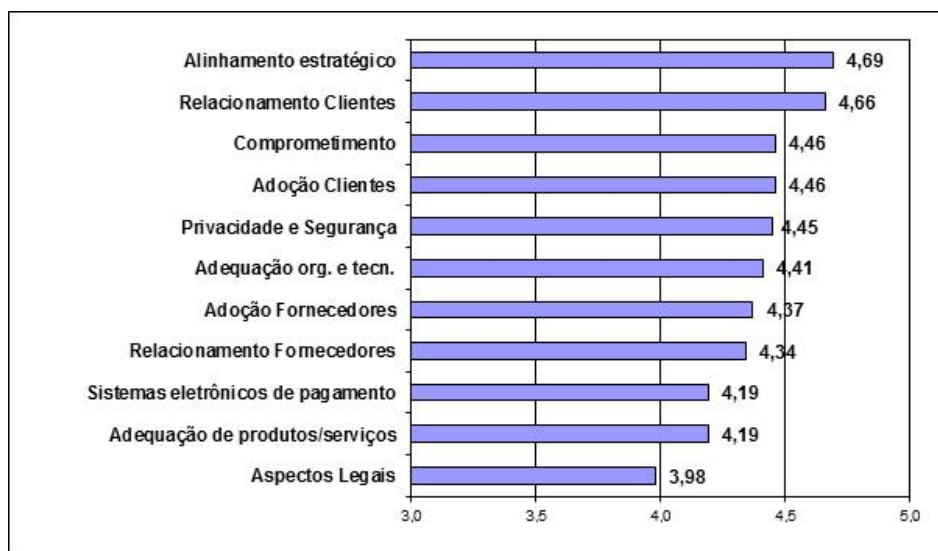
Os sub processos Divulgação de Informação sobre Produtos e Serviços, Recebimento de Pedidos, Obtenção de Informações sobre Necessidades e Preferências, e Suporte a Utilização de Produtos e Serviços, são os que apresentam maior índice de utilização de Comércio Eletrônico e os dois últimos são os que tiveram maior crescimento em 2015.

6 ASPECTOS DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 18ª edição, 2016, analisou a avaliação que as empresas fazem dos vários aspectos relativos ao CE.

6.1 Avaliação de Aspectos de CE

Gráfico 21 – Avaliação de Aspectos de CE



As empresas atribuem maior importância aos aspectos de Alinhamento Estratégico, Relacionamento com Clientes, Comprometimento, Adoção de Clientes, e Privacidade e Segurança.

O CE passa a ser considerado para a realização de transações e a sua expansão em valores relativos ao mercado como um todo representa o amadurecimento do mercado.

Com isto, as empresas concentram seus esforços em quatro direções: alinhar seus esforços no ambiente digital com sua estratégia geral, conseguir o comprometimento organizacional, garantir a melhoria de seu relacionamento com os clientes, gerar uma massa crítica mínima de clientes e garantir um nível adequado de segurança e privacidade. A adequação organizacional e tecnológica apresentou crescimento significativo, indicando o reconhecimento pelas empresas da necessidade de preparação dos componentes organizacionais para aumentar as chances de sucesso no ambiente digital.

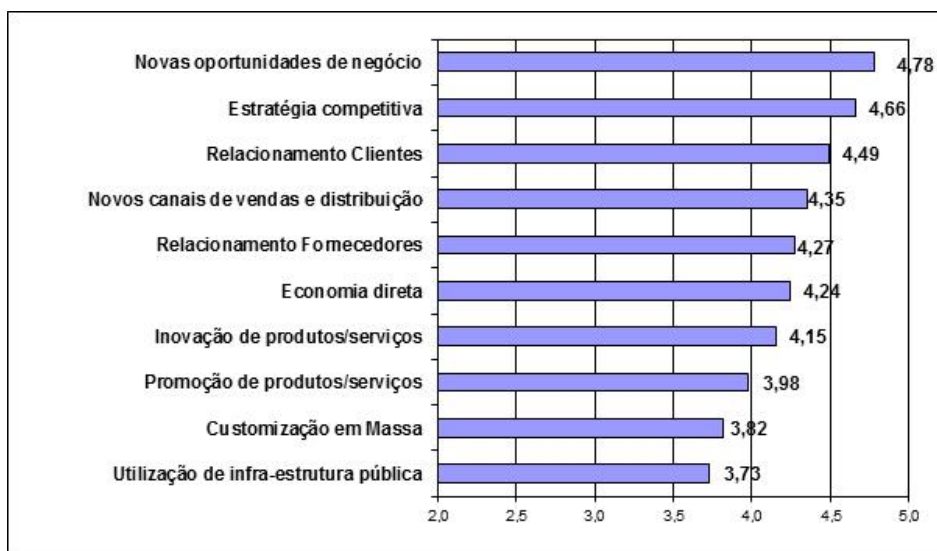
O destaque é que o aspecto de Privacidade e Segurança passou a ser o quinto aspecto a ser percebido como mais importante pelas empresas. O aspecto de Alinhamento Estratégico passou a ser considerado o mais importante, demonstrando a preocupação das empresas em utilizar o meio eletrônico em benefício e alinhado às suas estratégias.

7 CONTRIBUIÇÕES DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 18ª edição, 2016, analisou a avaliação que as empresas fazem das contribuições oferecidas pelo CE.

7.1 Avaliação das Contribuições de CE

Gráfico 22 – Avaliação das Contribuições de CE



As empresas avaliam como principais contribuições do CE aquelas relativas às novas oportunidades de negócio, estratégia competitiva, relacionamento com clientes, e novos canais de vendas e distribuição.

A avaliação em relação às novas oportunidades de negócio e estratégia deve-se principalmente à consolidação da atuação das empresas no ambiente digital.

CONCLUSÕES DA PESQUISA

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Eletrônico, na sua 18ª edição, 2016, fornece importantes subsídios para entender o cenário atual e elaborar suas tendências, possibilitando confirmar tendências e previsões elaboradas na pesquisa anterior e a analisar a influência das mudanças no cenário nacional e internacional.

O quadro a seguir é o resumo dos principais índices pesquisados, estudos e analisados pela Pesquisa, destacando a evolução nos últimos 10 e 5 anos, e do último ano (resultados de 2015 e de 2016). Os valores das primeiras edições são tão pequenos, comparando com os atuais, que a sua comparação com os resultados desta edição perde o valor de análise.

Índices	Evolução				Variação		
	2007	2012	2015	2016	10 anos	5 anos	1 ano
Nível de CE							
Negócio-a-Negócio	33,45%	67,39%	74,08%	76,18%	128%	13,0%	2,83%
Negócio-a-Consumidor	12,71%	36,13%	45,88%	48,18%	279%	33,4%	5,01%
Média Gastos Investimentos CE	1,11%	1,71%	2,15%	2,26%	103%	32,0%	4,98%
Relacionamento							
Nível Integração Automática Alto	28,90%	54,02%	60,02%	61,08%	111%	13,1%	1,77%
Relacionamento Fornecedores	67,08%	75,02%	76,01%	77,08%	15%	2,7%	1,41%
Relacionamento com Clientes	74,88%	82,89%	86,88%	88,08%	18%	6,3%	1,38%
Utilização de CRM	48,15%	59,42%	59,88%	60,44%	26%	1,7%	0,94%
Utilização de SCM	33,22%	48,46%	53,68%	56,12%	69%	15,8%	4,55%
Aplicações							
Utilização de Cartão de Crédito	45%	62%	72%	74%	65%	19,4%	2,78%
Utilização Catálogo Eletrônico	55%	71%	81%	82%	49%	15,5%	1,23%
Utilização Formulário Eletrônico	43%	65%	74%	73%	68%	12,3%	-1,35%
Processos							
Desenvolvimento Prod./Serv.	51%	56%	60%	61%	20%	8,9%	1,67%
Desenvolvimento Fornecedores	26,23%	37,63%	44,11%	52,68%	101%	40,0%	19,43%
Projeto e Desenvolvimento	12,33%	23,31%	28,89%	33,08%	168%	41,9%	14,50%
Cadeia de Suprimentos	64%	73%	78%	79%	23%	8,2%	1,28%
Solicitação de Suprimentos	27,44%	45,66%	66,68%	74,16%	170%	62,4%	11,22%
Envio de Pagamentos	23,32%	32,21%	47,69%	49,72%	113%	54,4%	4,26%
Manufatura	37%	42%	45%	44%	19%	4,8%	-2,22%
Logística Int./Estoq. Mat. Prima	8,12%	15,66%	30,13%	35,44%	336%	126,3%	17,62%
Logística Ext./Estoq. Prd. Acab.	6,33%	10,59%	23,62%	28,99%	358%	173,7%	22,73%
Atendimento a Cliente	92%	94%	97%	97%	5%	3,2%	0,00%
Recebimento de Pedidos	36,89%	65,11%	75,02%	75,99%	106%	16,7%	1,29%
Suporte Utilização Prod./Serv.	32,23%	45,76%	68,02%	75,18%	133%	64,3%	10,53%
Divulgação Inform. Prod./Serv.	29,98%	54,22%	76,32%	80,54%	169%	48,5%	5,53%
Valores	114,35	238,37	275,19	285,12	149%	19,6%	3,61%

Os dados apresentados permitem confirmar que o Comércio Eletrônico no Brasil está totalmente consolidado e é parte importante do mercado. As empresas investem de forma significativa e crescente neste novo ambiente, este investimento tem

absorvido parte crescente investimento em TI. Os resultados confirmam que as empresas estão tendo sucesso no uso de Comércio Eletrônico.

A Pesquisa considerou 532 empresas, dos vários setores econômicos, ramos de atividades e portes. As empresas, tanto nacionais como multinacionais, operam no mercado brasileiro e atuam em diversos níveis no ambiente digital.

Segundo os dados obtidos, o valor atualmente transacionado no CE nas transações de negócio-a-negócio representa 76,18% do valor do mercado total, e 48,18% para negócio-a-consumidor.

Estes índices são considerados significativos, esta situação fica mais expressiva por meio de duas análises. A primeira integrada com o tempo de existência deste ambiente, as suas evoluções e tendências etc., que permite concluir que estes índices confirmam a constante evolução do CE e que a tendência é de crescimento, agora mais efetivo e buscando retornos efetivos dos investimentos realizados. Ainda nesta análise, o volume de negócios iniciados em CE e finalizados no ambiente tradicional, apresentou índices significativos. A segunda considerando o ambiente econômico que caracterizou o ano de 2015 com crise econômica e com crescimento limitado em todos os setores, que permite enfatizar o crescimento mesmo nessa situação.

No ano 2015, considerando que os gastos e investimentos em CE, assim como em TI, tiveram crescimento, com índices significativamente menores do que os de 2014, notou-se que as empresas passaram utilizar de forma mais efetiva as aplicações de CE com novos desenvolvimentos visando seus processos de negócio, tendo ficado compatível com as expectativas de crescimento de utilização mas com foco mais amplo de uso desta tecnologia.

As empresas pesquisadas realizaram crescimentos nos seus níveis de gastos e investimentos em CE maiores do que nos últimos anos, atingindo a média geral de 2,26% do faturamento líquido das empresas, de 0,67% no setor de Indústria, 2,12% no de Comércio e 3,31% no de Serviços. Notou-se o maior crescimento deste índice para o setor de Serviços, acompanhado de perto pelo setor de Comércio.

As aplicações de CE mais intensamente utilizadas pelas empresas pesquisadas ainda são basicamente aquelas que já podem ser consideradas como bastante assimiladas neste novo ambiente, incluindo Home Page, E-mail e troca eletrônica de dados, sendo que as mais inovadoras começam a ser utilizadas de forma significativa. A infraestrutura de informação e comunicação pública passa a apresentar tendências de desempenho mais aderente às perspectivas de evolução, agora com custos mais adequados, e de efetiva convergência e maior abrangência. A avaliação quantitativa e qualitativa da pesquisa identificou que as novas funcionalidades da Internet, incluindo as redes sociais, são utilizadas com índices expressivos.

A utilização das aplicações de CE para a integração das empresas com seus fornecedores supera os 80% no setor de Comércio, sendo que esta integração inclui a troca eletrônica de dados com plataforma proprietária. Por outro lado, mais de 88% das empresas pesquisadas, também considerando o setor de Comércio, já utilizam estas aplicações na integração com clientes.

As empresas continuam utilizando as aplicações de CE principalmente nos processos de atendimento a cliente referentes a recebimento de pedidos, suporte a utilização e divulgação de informações. Em relação aos processos de cadeia de suprimentos, a maior utilização é para solicitação de suprimentos e envio de pagamento.

As empresas continuam avaliando como mais importantes os aspectos de alinhamento estratégico, relacionamento com clientes, adoção de clientes, comprometimento, e privacidade e segurança, o que é considerado coerente com a utilização atual e as tendências; ou seja a busca pela utilização de CE de forma alinhada com as estratégias empresariais, nos processos que envolvem troca de informação e transações, exige, para sua expansão e efetivação, proximidade com o cliente ao mesmo tempo que as características deste novo ambiente exigem o comprometimento das organizações e um ambiente seguro. Cabe enfatizar que pela primeira vez o aspecto de alinhamento estratégico foi considerado como o mais importante para as empresas.

As empresas avaliam que as principais contribuições de CE estão relacionadas com a melhoria das novas oportunidades de negócio, sua utilização como estratégias competitivas mais efetivas e aprimoramento do relacionamento com os clientes. Assim, as empresas entendem que precisam competir tanto no ambiente empresarial tradicional como no de CE.

A avaliação das contribuições oferecidas pelo CE também demonstra a situação do mercado brasileiro e a coerência com a importância atribuída aos vários aspectos. Devido à dificuldade de obter as contribuições esperadas bem como a dificuldade de tratar os aspectos necessários, as empresas utilizaram aplicações de CE praticamente seguindo as estimativas elaboradas para 2015. As empresas prevêem algum crescimento da utilização de CE nos seus vários processos de negócio para o ano de 2016.

Os resultados da Pesquisa permitem concluir que as empresas estão utilizando o CE, passando a focar de forma mais alinhada às suas estratégias e aos seus processos de negócio, que são aqueles referentes ao relacionamento externo com seus clientes e fornecedores. Os esforços ainda devem se concentrar na utilização por todos os processos internos e integrá-los com os externos de forma automática, visto que o nível de integração cresceu mas ainda requer atenção.

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 18ª edição, 2016, se mostra bastante robusta e muito eficiente em identificar o cenário atual deste ambiente e permitir a elaboração de estimativas e previsões. O cenário de CE no mercado brasileiro comprova a consolidação da fase de evolução em detrimento da percepção de revolução, inicialmente defendida pelos participantes deste ambiente. As empresas passam a buscar a realização de retornos de investimento e estabelecimento de métricas eficientes. A nova fase, que busca as novas oportunidades de negócio com maior exploração das funcionalidades do meio digital, caracteriza-se pela busca de modelos de ruptura com as práticas tradicionais, mesmo que ainda de forma bastante cuidadosa.

FONTES

Albertin, A. L. *Comércio Eletrônico: Modelo, Aspectos e Contribuições de sua Aplicação*. São Paulo: Atlas, 7ª edição, 2016.

ALBERTIN, A. L. *Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro*, 18ª edição, 2016, livraria da FGV-EAESP, (55 11) 3799-7790.

www.fgvsp.br/cia/ned

🔗 O questionário da 19ª edição, 2017, está disponível em www.fgvsp.br/cia/ned.

