FGV

EAESP

Centro de Tecnologia de Informação Aplicada

Programa de Excelência de Negócios na Era Digital

PESQUISA FGV-EAESP

COMÉRCIO ELETRÔNICO NO MERCADO BRASILEIRO

10ª Edição – Março de 2008

Resumo

Alberto Luiz Albertin

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

FGV GVcia

Centro de Tecnologia de Informação Aplicada da EAESP

Programa de Excelência em N@D Negócios na Era Digital

www.fgvsp.br/cia/ned

Material de uso exclusivo – DIREITOS RESERVADOS – Proibida a reprodução

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, infra-estrutura de aplicações tecnológicas, aspectos e contribuições oferecidas às empresas formam o panorama completo a ser considerado.

Estas informações são a base de 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 Getulio 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 Brasileiro[1], coordenada pelo Prof. **Alberto Luiz Albertin**[2], está na sua décima edição, 2008, e é um destes esforços, estando totalmente inserida no contexto de sinergia com as demais iniciativas, presente e futuras.

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

[1] O questionário da 11ª edição, 2009, estará disponível em Maio/2008 em www.fgvsp.br/cia/ned.
[2] albertin@fgv.br
[3] rosa.moura@fgv.br

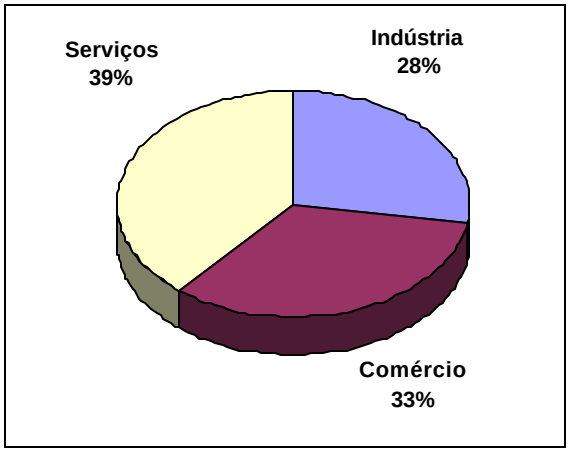
RESULTADOS DA PESQUISA

1 AMOSTRA

A amostra utilizada na Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 10ª edição, 2008, foi formada por 419 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**



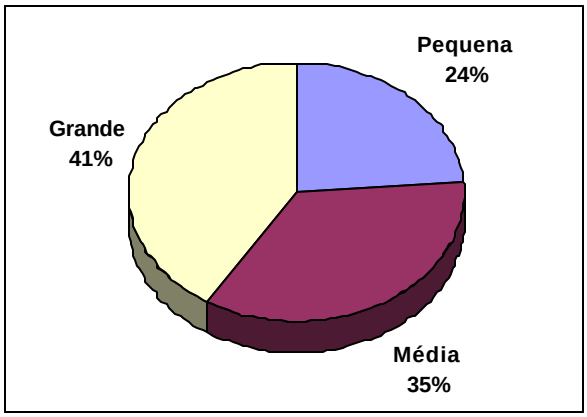
A Pesquisa contou com participação das empresas dos setores de Serviços, Comércio e Indústria, sendo maior a participação dos dois primeiros setores. O setor de serviços públicos não apresentou respostas representativas, não permitindo ser considerado.

2 SITUAÇÃO DA EMPRESA

A situação das empresas que participaram da Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 10ª edição, 2008, apresentam uma utilização significativa de CE nos esforços organizacionais, incluindo gastos e investimentos, e estruturação.

2.1 Distribuição da Amostra por Faturamento

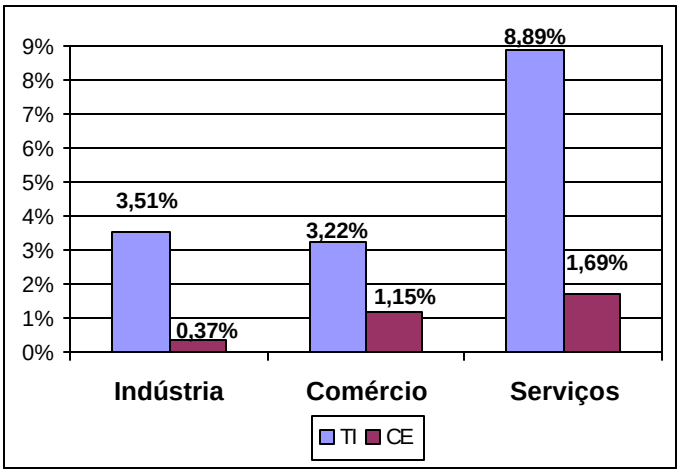
Gráfico 2 – **Distribuição da Amostra por Faturamento**



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**



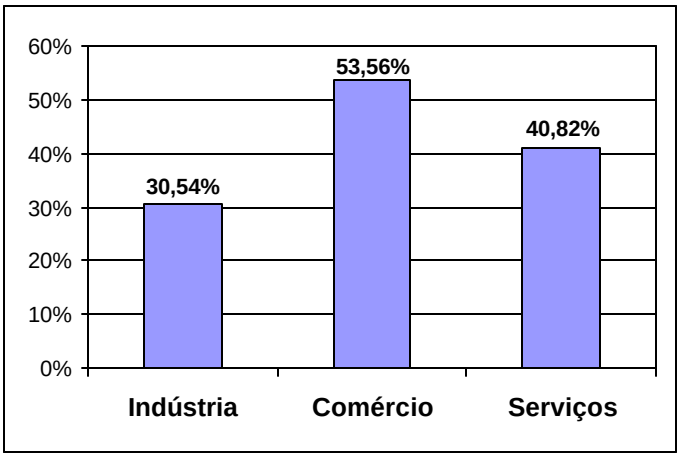
A Pesquisa identificou que o setor de Serviços apresenta um índice de gastos e investimentos em TI e CE, em relação à receita líquida, maior do que os demais setores. Esta situação é explicada pela participação dos bancos neste setor.

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 maior do que nos últimos anos.

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.

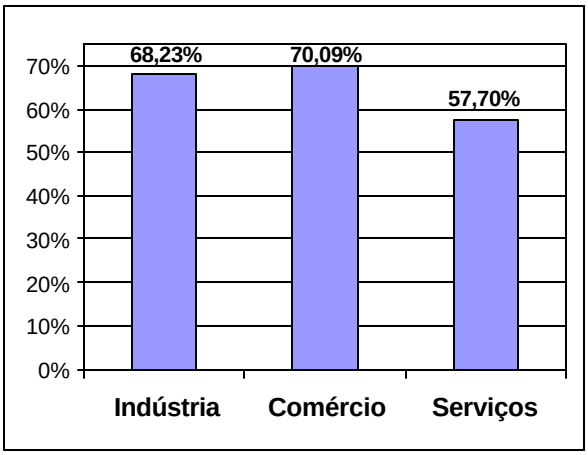
3 SITUAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO NAS EMPRESAS

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 10ª edição, 2008, identificou que o estágio da situação do CE nas empresas já pode ser considerado bastante avançado na sua consolidação, principalmente em relação a sua aplicação no relacionamento com clientes e fornecedores, com crescimento coerente com a expectativa apresentada para 2007. O relacionamento com fornecedores, embora menor do que com clientes, continua apresentando crescimento expressivo para o setor de Comércio.

Esta situação apresenta índices elevados em relação à quantidade de empresas, embora baixos em relação à sua participação na realização das transações do mercado total.

3.1 CE com Fornecedores

Gráfico 5 – **CE no Relacionamento com Fornecedores**

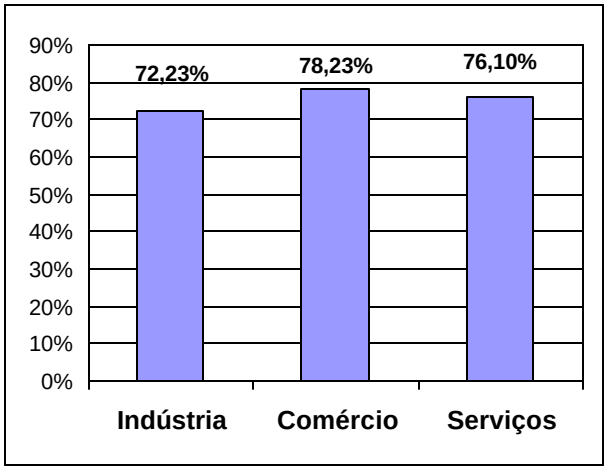


O setor de Indústria foi o que apresentou o maior crescimento na utilização do CE no seu relacionamento com fornecedores, sendo que esta situação é bastante influenciada pelo aumento da utilização de aplicações de CE nos processos relativos a cadeia de suprimentos.

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**



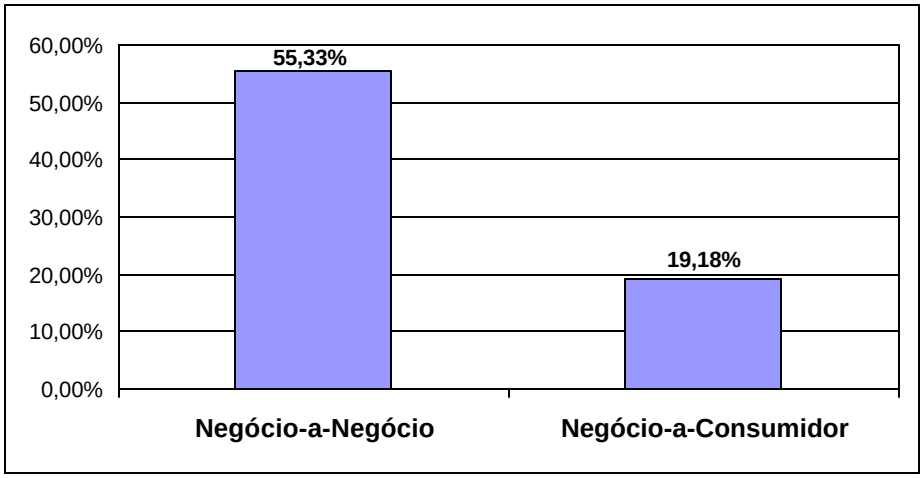
Os setores apresentam relativa similaridade no alto índice de utilização de CE no seu relacionamento com clientes, sendo que esta situação é bastante influenciada pela utilização de Home Page, correio eletrônico e catálogos eletrônicos para a divulgação de informações para os clientes.

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

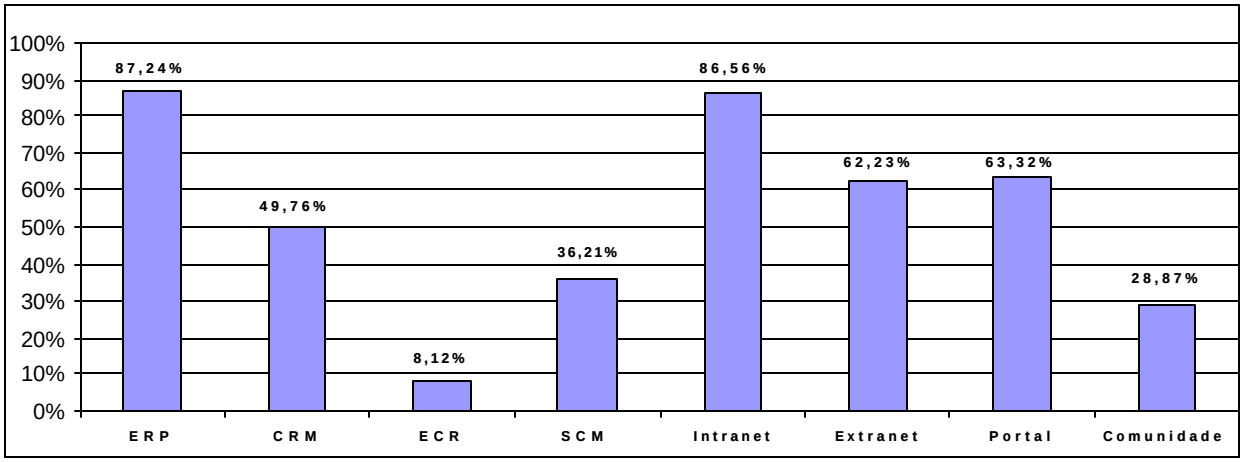
Gráfico 7 – **Nível de CE no Mercado Brasileiro**



A Pesquisa identificou que o nível de CE apresenta os índices de 55,33% nas transações de negócio-a-negócio e 19,18% 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.

3.4 Utilização de Modelos de Integração

Gráfico 8 – **Utilização de Modelos de Integração**



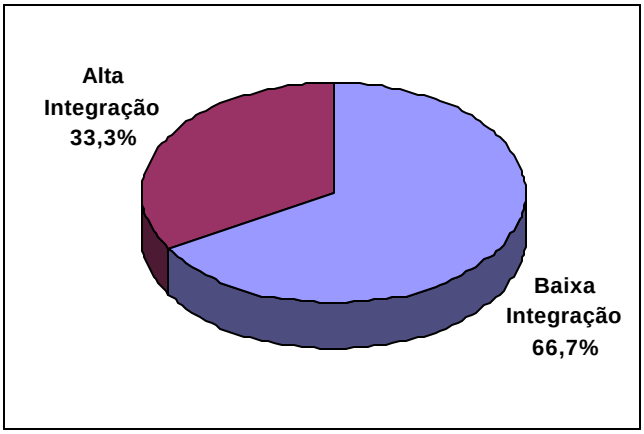
A utilização efetiva dos modelos de integração interna e externa, com fornecedores e clientes, já apresenta índices significativos, em especial a utilização de

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 índices significativos de crescimento em 2007.

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 insuficiente, devido à pouca atenção dada aos aspectos de adequação organizacional e tecnológica.

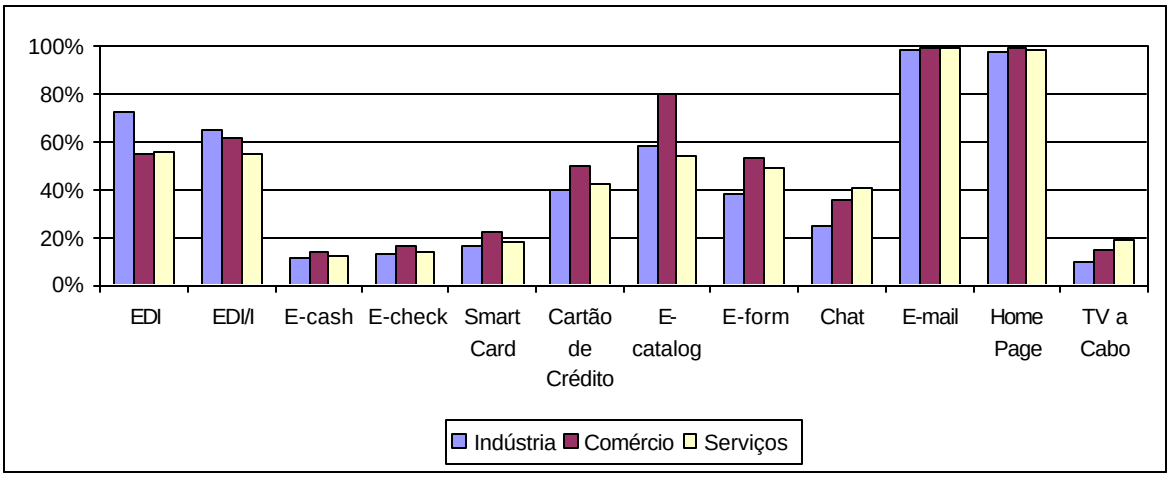
4. INFRA-ESTRUTURA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 10ª edição, 2008, identificou que, em relação à infra-estrutura 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 Infra-estrutura de CE

Gráfico 10 – **Utilização de Aplicações de Infra-estrutura de CE**



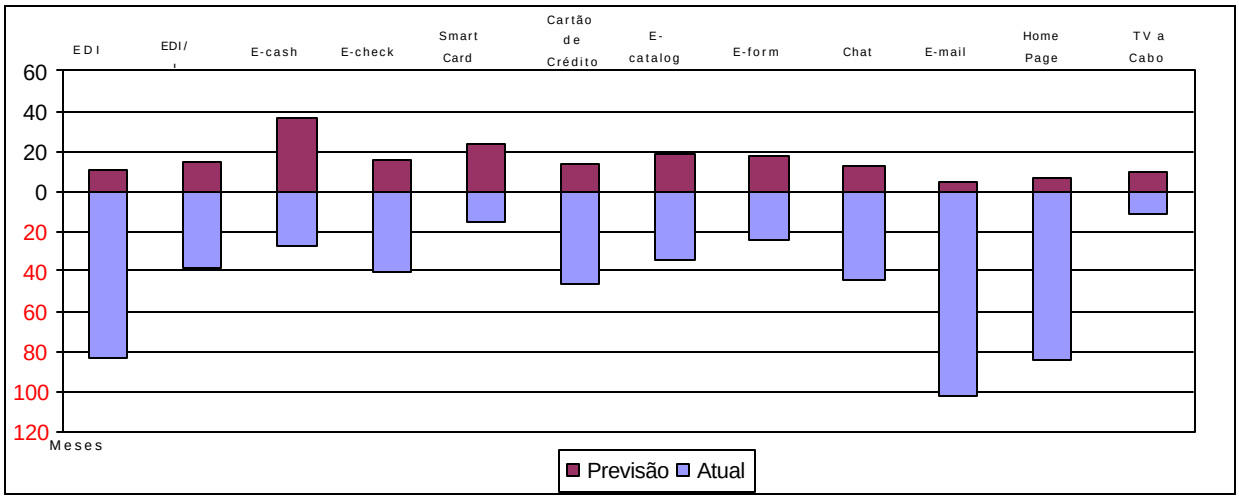
A utilização das aplicações de EDI é significativamente maior no setor de Indústria devido aos processos relativos a cadeia de suprimentos. Os setores de Comércio e Serviços passam também a utilizar de forma acentuada para estes mesmos processos. O índice de EDI é maior devido ao número elevado de empresas que já o utilizam há muito tempo. Os fornecedores deste tipo de aplicação mais citados foram Interchange, IBM e Embratel.

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. Os fornecedores mais citados foram Visa e Mastercard.

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. Os fornecedores citados não apresentam destaques significativos, porém o desenvolvimento interno é expressivo.

4.2 Situação e Previsão de Utilização de Aplicações de Infra-estrutura 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.

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.

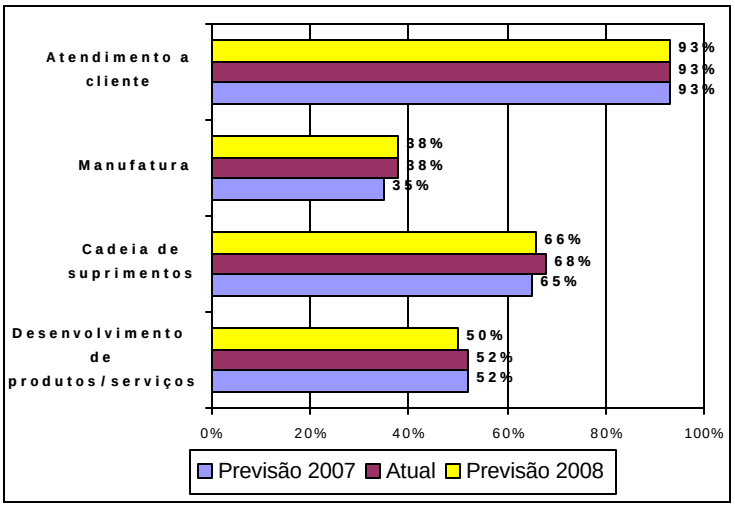
O tempo médio de utilização das aplicações de Home Page e E-mail aumentou, permitindo confirmar a estabilização destas aplicações devido ao alto índice de utilização nos últimos anos. O aumento da utilização de formulário eletrônico, conforme previsto na Pesquisa anterior, teve como conseqüência a diminuição 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 10ª edição, 2008, 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**

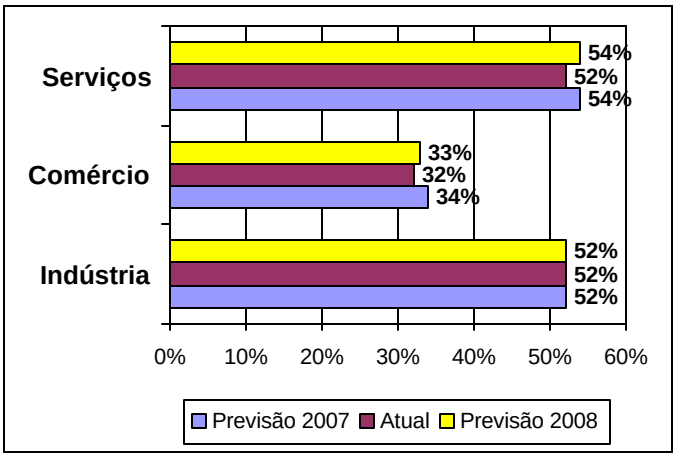


As empresas continuam utilizando as aplicações de CE principalmente nos processos referentes a Atendimento a Clientes, sendo que esta situação não deve apresentar grandes mudanças a médio e longo prazo, segundo as previsões das empresas. A utilização das aplicações de CE nos processos de Cadeia de Suprimentos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

A situação atual apresentou índices coerentes com as estimativas das empresas para 2007, para Desenvolvimento de Produtos e Serviços e Atendimento a Clientes. Para Cadeia de Suprimentos e Manufatura, os índices de 2007 superam a estimativa para este ano. Cabe enfatizar que a estimativa para 2008 das empresas para os processos é maior do que a situação atual de 2007, com exceção de Desenvolvimento de Produtos e Serviços que tem expectativa de diminuição.

5.2 CE nos Processos de Desenvolvimento de Produtos/Serviços

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

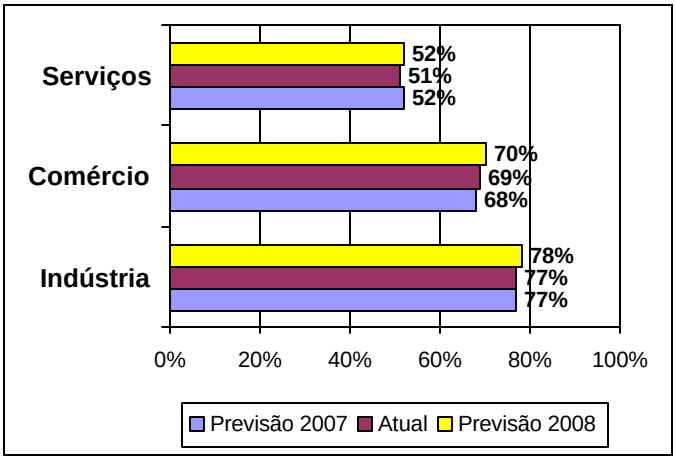


As empresas dos setores de Serviços e de Indústria são as que mais apresentam utilização das aplicações de CE nos processos referentes a Desenvolvimento de Produtos/Serviços.

A situação atual apresentou índices menores do que as estimativas das empresas para 2007, para os setores de Comércio e Serviços.

5.3 CE nos Processos de Cadeia de Suprimentos

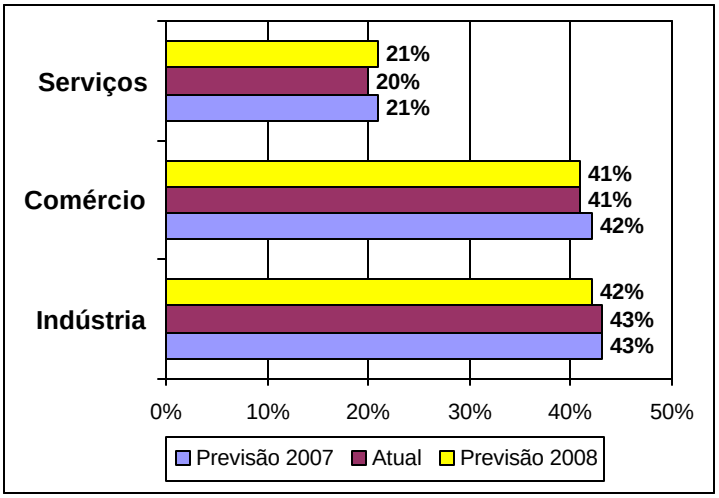
Gráfico 14 – **CE nos Processos de Cadeia de Suprimentos**



As empresas do setor de Indústria são as que mais apresentam utilização das aplicações de CE nos processos referentes a Cadeia de Suprimentos. Os setores de Serviços e Comércio apresentaram uma situação atual que atingiu as estimativas que as empresas tinham para a utilização de CE nestes processos, confirmando de forma aproximada a previsão para 2007.

5.4 CE nos Processos de Manufatura

Gráfico 15 – **CE nos Processos de Manufatura**



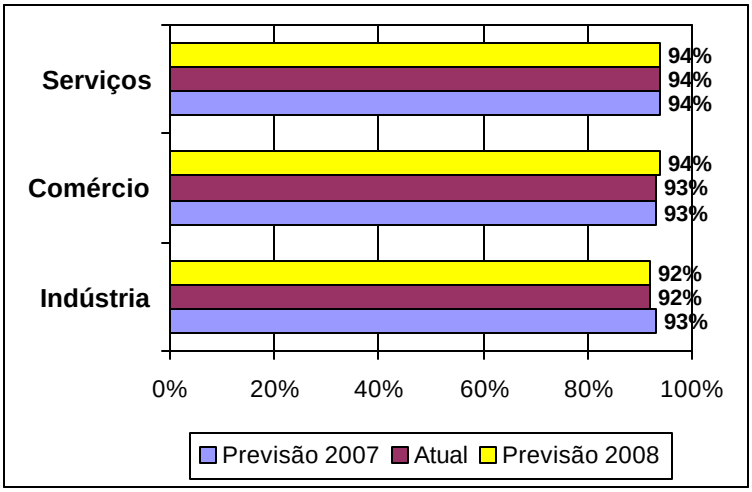
As empresas dos setores de Indústria e Comércio são as que mais apresentam utilização das aplicações de CE nos processos referentes a Manufatura.

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 Comércio e Serviços, apresentou índices inferiores às estimativas das empresas para 2007.

5.5 CE nos Processos de Atendimento a Clientes

Gráfico 16 – **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.

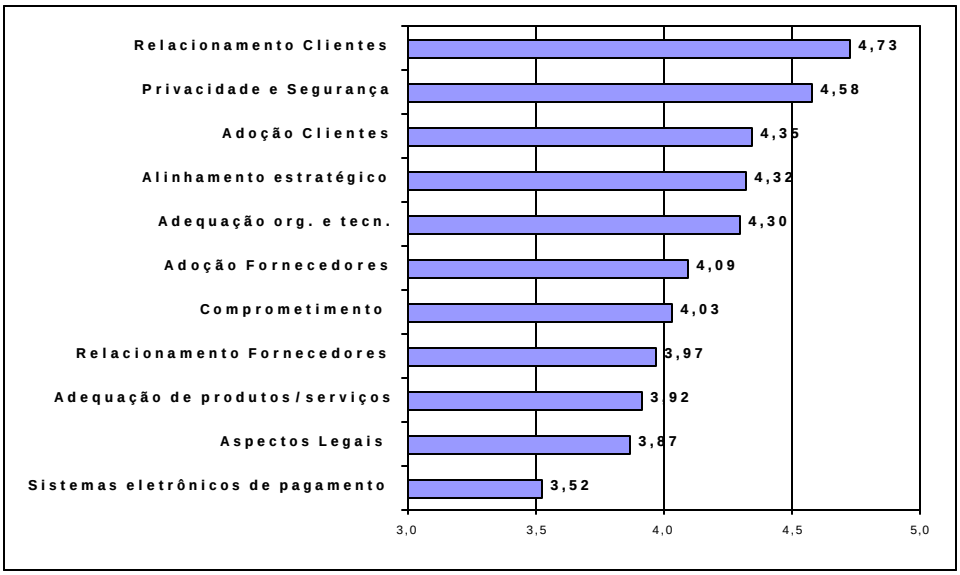
Como o foco principal do CE, segundo as empresas, é o relacionamento com clientes, praticamente todos os setores apresentam altos índices de utilização. A situação atual, para os três setores, apresentou índices muito próximos às estimativas das empresas para 2007.

6 ASPECTOS DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 10ª edição, 2008, analisou a avaliação que as empresas fazem dos vários aspectos relativos ao CE.

6.1 Avaliação de Aspectos de CE

Gráfico 17 – **Avaliação de Aspectos de CE**



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

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 três direções: garantir a melhoria de seu relacionamento com os clientes, garantir um nível adequado de segurança e privacidade; gerar uma massa crítica mínima de clientes e alinhar seus esforços no ambiente digital com sua estratégia geral. 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.

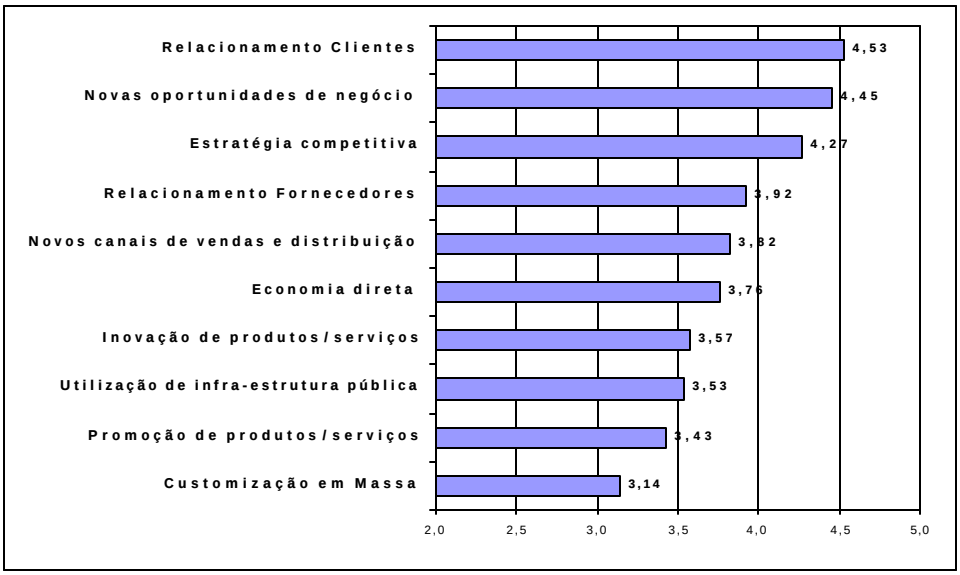
O destaque é que o aspecto de Privacidade e Segurança permaneceu como o segundo aspecto percebido como mais importante pelas empresas. O aspecto de Relacionamento com Clientes continua sendo considerado o mais importante, demonstrando a preocupação das empresas em utilizar o meio eletrônico em benefício da interação com seus clientes.

7 CONTRIBUIÇÕES DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 10ª edição, 2008, analisou a avaliação que as empresas fazem das contribuições oferecidas pelo CE.

7.1 Avaliação das Contribuições de CE

Gráfico 18 – **Avaliação das Contribuições de CE**



As empresas avaliam como principais contribuições do CE aquelas relativas ao seu relacionamento com clientes, novas oportunidades de negócio, sua estratégia competitiva, e relacionamento com fornecedores.

A avaliação em relação às novas oportunidades de negócio e estratégia deve-se principalmente ao movimento das empresas em direção ao ambiente digital, até mesmo para a sobrevivência neste novo cenário.

CONCLUSÕES DA PESQUISA

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Eletrônico, na sua 10ª edição, 2008, 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.

A Pesquisa considerou 419 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 55,33% do valor do mercado total, e 19,18% 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 evolução do CE e que a tendência é de crescimento, agora mais cautelosa 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 ainda caracterizou o ano de 2007, que permite enfatizar o crescimento apesar desta situação.

No ano 2007, considerando que os gastos e investimentos em CE, assim como em TI, tiveram crescimento muito pequeno, notou-se que as empresas passaram utilizar de forma mais efetiva as aplicações de CE que já haviam sido desenvolvidas visando seus processos de negócio, mesmo tendo ficado abaixo das expectativas de crescimento de utilização.

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, mesmo que a sua intensidade ainda seja pequena. A infra-estrutura de informação e comunicação pública passa a apresentar tendências de desempenho mais aderente às perspectivas de evolução, mesmo que ainda com custos não tão adequados, e de efetiva convergência e maior abrangência.

As empresas pesquisadas não realizaram crescimentos expressivos nos seus níveis de gastos e investimentos em CE, atingindo a média geral de 1,21% da receita líquida das empresas, de 0,37% no setor de Indústria, 1,15% no de Comércio e 1,69% no de Serviços. Notou-se a estabilização do índice para os setores de Serviços e Indústria e o crescimento no setor de Comércio, mesmo com as dificuldades econômicas.

A utilização das aplicações de CE para a integração das empresas com seus fornecedores supera os 70% no setor de Comércio, sendo que esta integração inclui a troca eletrônica de dados com plataforma proprietária. Por outro lado, mais de 78% 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, divulgação de informações e facilidade de seleção, e. Em relação aos processos de cadeia de suprimentos, a maior utilização é para solicitação de suprimentos e envio de pagamento, sendo que este processo continua com alta taxa de crescimento.

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

As empresas avaliam que as principais contribuições de CE estão relacionadas com a melhoria do seu relacionamento com os clientes, novas oportunidades de negócio, sua utilização como estratégias competitivas mais efetivas, e o relacionamento com os fornecedores. 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 estabilidade 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 2007. As empresas prevêem algum crescimento da utilização de CE nos seus vários processos de negócio para o ano de 2008.

Os resultados da Pesquisa permitem concluir que as empresas já estão utilizando o CE, passando a focar de forma mais abrangente os 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 especial.

A Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro, na sua 10ª edição, 2008, 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.

FONTE

ALBERTIN, A. L. *Comércio Eletrônico: Modelo, Aspectos e Contribuições de sua Aplicação*. São Paulo: Atlas, 5ª edição, 2004.

ALBERTIN, A. L. *Pesquisa FGV-EAESP de Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro*, 10ª edição, 2008, livraria da FGV-EAESP, (55 11) 3281-7790.

www.fgvsp.br/cia/ned.

O questionário da edição 2009 estará disponível em Maio/2008 em www.fgvsp.br/cia/ned.