

UNIDADE B – NEGÓCIOS VIRTUAIS

B2 - E-business e E-commerce

Quem de nós já não fez uma compra pela Internet? Um CD, um livro, um tênis, um ingresso e até já fez pagamentos via home-banking? Pois todas estas ações estão ligadas ao item que vamos ver agora: **E-business e E-commerce**.

Segundo o site WIKIPEDIA, **E-business** é assim definido:

E-business, acrônimo do inglês *Electronic Business* (negócio eletrônico), é o termo que se utiliza para identificar os negócios efetuados por meios eletrônicos, geralmente na Internet. Muitas vezes é associado ao termo comércio eletrônico.

Pode-se definir e-business como negócios feitos através da Internet no sentido mais amplo da palavra negócio, desde contatos diretos com consumidores, fornecedores como também análises de mercado, análises de investimentos, busca de informações sobre o macroambiente, pesquisa de mercados, etc.

Conjunto de sistemas de uma empresa que se interligam e interagem com os sistemas de diversas outras empresas servindo como a infraestrutura do e-Commerce (comércio eletrônico).

E-business tem como aplicação a criação de sistemas capazes de prover comunicação entre empresas agilizando os processo de compra e venda entre as mesmas, existem inclusive sistemas que fazem pedido automáticos para outras empresas de acordo com o seu estoque de produtos, facilitando assim todo o processo de fabricação e venda, melhorar a disponibilidade de produtos de acordo com a demanda pelos mesmos.

No entanto, para o termo **E-commerce**, também pelo site WIKIPEDIA, tem uma conotação mais restrita às compras realizadas:

Comércio eletrônico ^(português brasileiro) ou **comércio electrónico** ^(português europeu) ou **e-commerce**, ou ainda **comércio virtual**, é um tipo de transação comercial feita especialmente através de um equipamento eletrônico, como, por exemplo, um computador.

Conceitua-se como o uso da comunicação eletrônica e digital, aplicada aos negócios, criando, alterando ou redefinindo valores entre organizações (B2B) ou entre estas e indivíduos (B2C), ou entre indivíduos (C2C), permeando a aquisição de bens, produtos ou serviços, terminando com a liquidação financeira por intermédio de meios de pagamento eletrônicos.

O ato de vender ou comprar pela internet é em si um bom exemplo de comércio eletrônico. O mercado mundial está absorvendo o comércio eletrônico em grande escala. Muitos ramos da economia agora estão ligadas ao comércio eletrônico.

Seus fundamentos estão baseados em segurança, criptografia, moedas e pagamentos eletrônicos. Ele ainda envolve pesquisa, desenvolvimento, marketing, propaganda, negociação, vendas e suporte.

Assim, nas modalidades de negócios on-line, conforme CATALANI (2006), encontramos as expressões B2C, B2B, C2C, B2E, G2B/B2G ou G2C/C2G, que na tabela1 abaixo, serão sucintamente descritas:

Modalidades	Expressão em inglês	Expressão em português	Descrição
B2C	<i>Business-to-consumer</i>	Negócios partindo de empresas para consumidores finais	É o mais clássico das modalidades. É o varejo on-line.
B2B	<i>Business-to-business</i>	Negócios entre empresas	Praticamente todas empresas usam algo do B2B, nem que seja a troca de e-mails na comercialização. Nesta modalidade aparece o <i>e-marketplaces</i> , como por exemplo, o site www.mercadoeletronico.com.br ou o site www.alibaba.com reunindo milhares de empresas (vide sites abaixo).
C2C	<i>Consumer-to-consumer</i>	Negócios entre consumidores finais	São transações diretamente entre consumidores finais, e como exemplo, cita-se o site www.mercadolivre.com.br .
B2E	<i>Business-to-employee</i>	Iniciativas dentro de empresas voltadas aos empregados	Iniciativas dentro de empresas voltadas aos empregados
G2B/B2G ou G2C/C2G	<i>Government-to-business, business-to-government, government-to-consumer e consumer-to-government</i>	(como apresentado)	Exemplos envolvendo o governo brasileiro são os sites www.comprasnet.gov.br (compras do governo federal) e www.receita.fazenda.gov.br (imposto de renda pessoa física e jurídica).

Tabela 1: Modalidades de E-commerce, adaptado de CATALANI, 2006

Sites tipo B2B

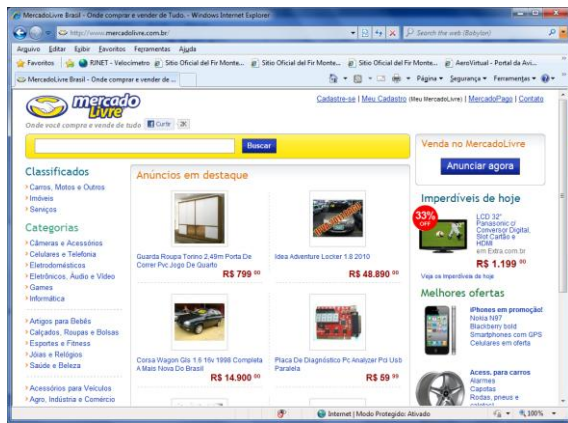


www.mercadoeletronico.com.br



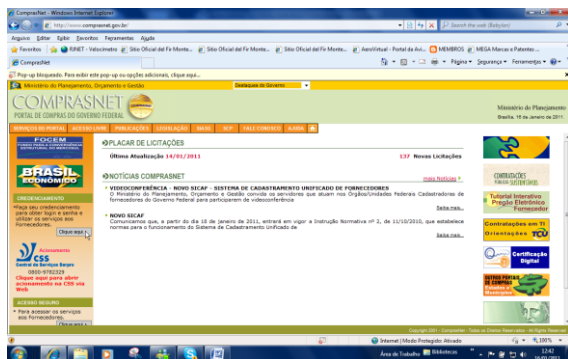
www.alibaba.com

Site tipo C2C

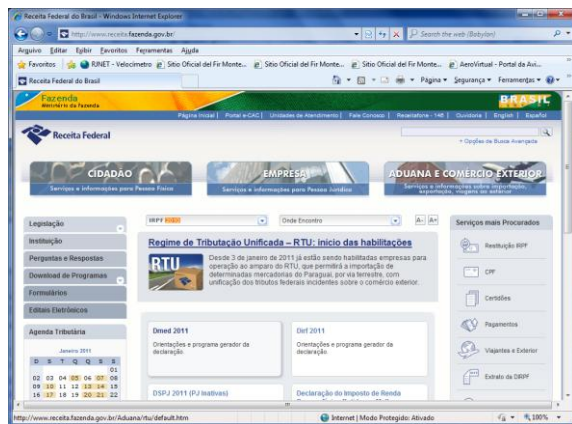


www.mercadolivre.com.br

Site tipo G2B/B2G e G2C/C2G



www.comprasnet.gov.br



www.receita.fazenda.gov.br

Ainda, para termos uma maior visualização do assunto, abordaremos agora de forma sucinta, as lojas virtuais.

Lojas virtuais

No site WIKIPEDIA, temos uma abordagem sobre este assunto:

Loja virtual designa uma página na Internet com um software de gerenciamento de pedidos (carrinho de compras) na qual empresas oferecem e vendem seus produtos. Os clientes acessam o site, escolhem os produtos para aquisição e recebem estes produtos em casa. Para ser caracterizada como loja virtual, o site deve ter todo o processo feito pela internet, desde a escolha dos produtos até o pagamento.

Como características, uma loja virtual deve oferecer informações detalhadas e objetivas sobre o produto, uma vez que não possuem vendedores, e também ajudar o cliente a tomar a melhor decisão. Deve transmitir confiança, através de clareza e honestidade nas informações, com apoio e esclarecimento de dúvidas de forma rápida e garantia de devolução de produtos.

Algumas das formas de pagamento utilizadas nas transações são:

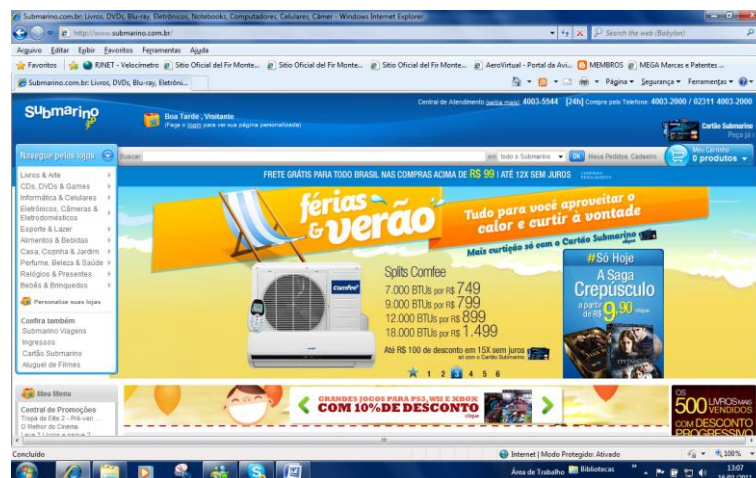
- Cartão de crédito
- Boleto bancário
- Cheque
- Depósito em conta bancária
- Pagamento na contra entrega (através de Sedex a Cobrar, por exemplo)

- Intermediação financeira através de outra instituição

Conforme CATALANI (2006), existem muitos mecanismos auxiliares para impulsionar as vendas on-line, a seguir alguns deles:

- Cesta de compras
- *Chat* de apoio
- *Call Center* e outros canais de apoio
- 1-Click ordering
- Site associado
- Listas de desejos, casamento e presentes
- Novidades e recomendações
- Filtragem colaborativa
- Vale-presente
- Venda de usados
- Leilões (associados à venda de usados)
- Busca por palavra-chave
- Amostra grátis ou demonstração
- Opinião dos clientes
- Recomendações livres e indicações
- Informações sobre sua “conta”
- Alertas e informativos por e-mail.

No sentido de mostrar um exemplo de loja virtual, temos o site www.submarino.com.br sendo considerada uma das maiores lojas virtuais brasileiras, com uma enormidade de categorias de mercadorias à venda.



www.submarino.com.br

Também, como sugestão de análise pelos alunos, se mostra abaixo o software da loja virtual **CI-Lojas 1.6**, da empresa EMT Soluções Internet. Destaca-se que o programa não foi analisado, portanto, esta indicação é válida apenas como exemplo, de forma que o aluno deverá fazer buscas de outros exemplos de softwares e empresas que desenvolvem este tipo de ferramenta para comércio eletrônico.

Software CI-Lojas 1.6

Para ampliar os conhecimentos do aluno, se recomenda acessar os sites www.e-commerce.org.br e <http://innovar8.com.br/innodigital/> onde consta uma série de artigos e recomendações para lojas virtuais.

Para o sistema da innovar8, se mostra a seguir as suas características:

Recursos do Sistema:

A plataforma utilizada pela Innodigital foi desenvolvida em parceria com a empresa de tecnologia FastCommerce, seu desenvolvimento iniciou-se em 1996 pela sendo uma tecnologia em permanente evolução, utilizada por lojas virtuais de todos os portes.

Ao longo de todos estes anos, os recursos foram aprimorados e multiplicaram-se, permitindo ao lojista utilizar para a gestão completa de seu negócio online.

Cada loja criada no sistema está vinculada a um site administrativo, de acesso exclusivo aos usuários cadastrados pelo lojista. Através deste site, acessado com segurança certificada, é feito todo o gerenciamento da loja, desde a criação do design até a inclusão de produtos, acompanhamento do fluxo de pedidos e emissão de relatórios administrativos. Confira abaixo os principais recursos do sistema:

- Suporte ao Tracking de E-commerce do Google Analytics.
- Mobile Commerce, sua loja funcionando também no celular.
- Sistema de Depoimento de clientes na Loja.
- Sistema de atendimento Online acoplado
- MultiCategorias - Suporte a cadastro de produtos em várias categorias/sub-categorias.
- 26 formas de pagamento, incluindo cartões direto com as administradoras, Pagamento Digital e Pagseguro.
- Cálculo de frete automático via correios para Sedex, Sedex a Cobrar, PAC e E-Sedex (e-sedex somente com usuário e senha do correios netshopping).
- Sistema anti-fraude ClearSale, que ajuda a combater fraudes de compras online.
- Tabela de transportadora configurável.
- Página de notícias da loja, com gerenciador no site administrativo
- Emissão de Nota Fiscal após o fechamento do pedido
- Frete Grátis configurável por região e por valor de compra.
- Sistema de indexador de câmbio.
- Cálculo de ICMS por produto.
- Geração de XML para comparadores de preços e Google Sitemap.
- Status de pedidos configurável, e envio de email ao cliente informando alteração de status de pedido.
- Loja Otimizada para SEO (Search Engine Optimization).

- Suporte para banners em Flash, jpg e gif.
- Desconto configurável para pagamento a vista. (boletos e depósitos)

Como exemplo bem sucedido, temos a Loja PONTOFRIO, cujo sistema foi desenvolvido inicialmente pela empresa **ONLINE INTERNET SERVICES**, disponível em <http://www.online.com.br/lojavirtual-pontofrio.shtml>. Atualmente, a PONTOFRIO tem o desenvolvimento da loja virtual pela empresa **eHub**, com a tecnologia e-plataforma, disponível em <http://www.e-plataforma.com.br/>.

Outro software para lojas virtuais é o Loja Virtual, da empresa Best Software, disponível em <http://www.bestsoftware.com.br/?Deptold=277&ProdId=2140>.

Também, pode ser baixado gratuitamente um curso sobre loja virtual na URL http://www.bestsoftware.com.br/downloads/demonstracoes/instalador_lojavirtual.exe.

Para verificar em vídeos, recomendamos acessar o assunto de lojas virtuais, conforme sites abaixo no YouTube:

- Pequenas Empresas Grandes Negócios (PEGN) - Loja Virtual
<http://www.youtube.com/watch?v=3GDwG8iqkQE>
- osCommerce – HostNet – Loja Virtual
<http://www.youtube.com/watch?v=b1hl4n-lGnl>

Diante da complexidade de ferramentas tecnológicas da Internet e de metodologias ligadas ao marketing digital, E-business e E-commerce, recomenda-se fortemente que os alunos ampliem seus conhecimentos através da literatura recomendada (e outras) e acesso a sites especializados da área.

Fonte:

CATALANI, Luciane; KISCHINEVSKY, André; RAMOS, Eduardo; SIMÃO, Heitor. **E-commerce**. 2 ed. revista. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

VAZ, Conrado Adolpho. **Google Marketing: O Guia Definitivo de Marketing Digital**. 3 ed. São Paulo: Novatec, 2010.

<http://innovar8.com.br/innodigital/>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/E-business>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/E-commerce>

http://pt.wikipedia.org/wiki/Lojas_virtuais

<http://www.alibaba.com>

<http://www.comprasnet.gov.br>

<http://www.bestsoftware.com.br/?Deptold=277&ProdId=2140>

http://www.bestsoftware.com.br/downloads/demonstracoes/instalador_lojavirtual.exe

http://www.e-commerce.org.br/artigos/lojas_virtuais_shopping_virtual.php

http://www.e-commerce.org.br/lojas_virtuais.php

<http://www.e-plataforma.com.br/>

<http://www.mercadoeletronico.com.br>

<http://www.mercadolivre.com.br>

<http://www.online.com.br/lojavirtual-pontofrio.shtml>

<http://www.receita.fazenda.gov.br>

<http://www.submarino.com.br>

Vídeo: osCommerce – HostNet – Loja Virtual. <<http://www.youtube.com/watch?v=b1hl4n-lGnl>>. Acesso em 16/01/2011.

Vídeo: Pequenas Empresas Grandes Negócios (PEGN) - Loja Virtual.

<<http://www.youtube.com/watch?v=3GDwG8iqkQE>>. Acesso em 16/01/2011.