

O e-commerce regional e os desafios da gestão

Autoria: Luciano Paiva de Moura

A capacidade de inovar e possuir um diferencial competitivo passou a ser atributos indispensáveis à gestão contemporânea. A busca por soluções junto às constantes mudanças num mercado altamente dinâmico, essencialmente pelas questões tecnológicas e fatores econômicos, tem tornado o processo gerencial mais complexo a cada dia. Dentre essas mudanças destaca-se o crescimento do e-commerce no Brasil e mais especificamente no mercado regional, introduzindo um novo modelo de comercialização. Esse trabalho objetivou apresentar os desafios atuais das empresas regionais de pequeno porte e suas perspectivas em relação às negociações on-line. A metodologia utilizada teve como base a pesquisa bibliográfica realizada em artigos científicos, livros e revistas especializadas.

Verificou-se nessa pesquisa como os aspectos das negociações, por e-commerce, estão cada vez mais sólidos e presentes no mercado global, resultando em grande valor para as transações, agilidade, redução de custos e fidelidade comercial. As empresas regionais de pequeno porte ocasionalmente têm seu crescimento em função das condições mercadológicas e de novos nichos de mercado, e por essa razão, ao utilizar os processos eletrônicos, observa-se uma maior tendência de expansão de comercialização de produtos, em virtude da possibilidade de acesso e consumo. Sendo assim, o grande desafio nas negociações é que essas empresas estejam preparadas para atender as mudanças pensando nos seguintes fatores: um processo logístico cadenciado e em tempo real; possuir todo um mecanismo de venda disponível na rede, com as reais quantidades contidas em estoque; agilidade no processo de entrega e facilidade em pagamentos. Esse processo deve envolver mecanismos informatizados e customizados para atender a demanda de cada setor além de uma gestão com visão de crescimento e voltada ao futuro. Outra dificuldade também detectada durante o levantamento bibliográfico foi a relutância na relação cliente e fornecedor virtual, causada principalmente pela má informação e também pelo despreparo das empresas regionais nas negociações on-line. Contudo toda e qualquer alteração nos procedimentos internos, fundamentada nos fatores externos de mercado, causam impactos nas empresas e acompanhá-los de forma a antever-se aos seus efeitos, indica a necessidade de uma gestão atualizada promovendo a devida tomada de decisão frente aos desafios, facilitando toda e qualquer ação e permitindo o alcance do resultado esperado. O desafio desse novo modelo de gestão está em visualizar essa grande amplitude mercadológica, viabilizando as negociações on-line, permeando novos caminhos com maior agilidade e consolidando marcas, produtos e serviços, aquecendo um promissor segmento de mercado.

Orientador: Prof. Me. André Luiz Freitas Guimarães

E-mail: andrelgui@gmail.com