



UNIVERSIDADE

FERNANDO PESSOA

WWW.UFP.PT

A atração dos consumidores para o comércio tradicional em um contexto digital

Requisitos e Expetativas

Dias de Investigação

13/07/2017

Doutorando: Inacio de Assis Cordeiro

Curso: Ciências da Informação

Orientadores: Prof. Dr. Luís Borges Gouveia

Prof. Dr. Paulo Cardoso

Introdução

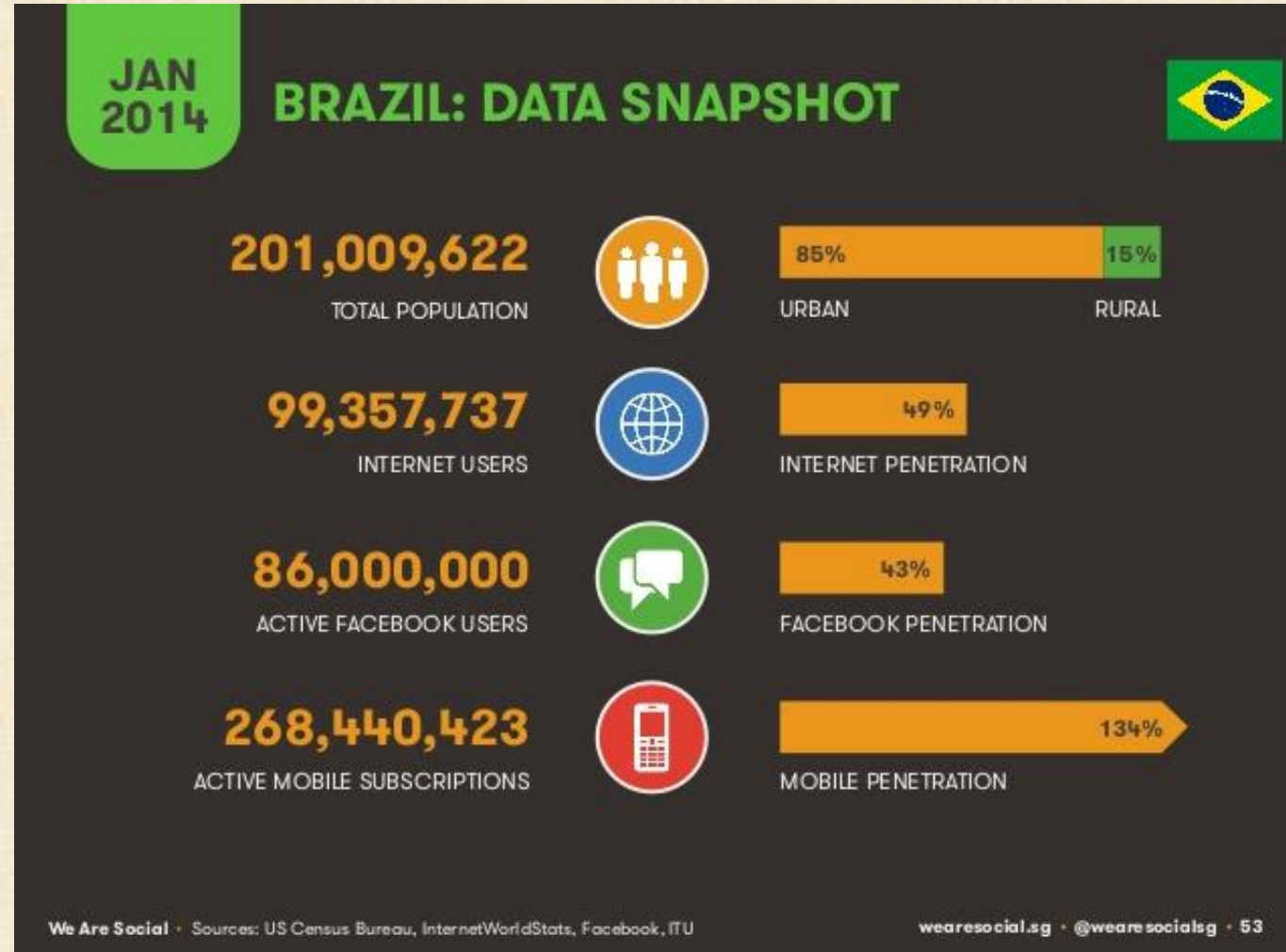
- O comércio digital surgiu a partir da junção das novas tecnologias às práticas do comércio tradicional, utilizando da mesma forma e padrão de venda (Produto + Consumo), mas através do digital, possibilitando vender no varejo (retalho, em Portugal) e atacado quaisquer tipos de produtos de forma mais interativa, cômoda e econômica, dado seus menores custos de manutenção, impostos e investimentos iniciais. (Gouveia, 2006).

Palavras-chave da pesquisa

- Comércio Tradicional
- Comércio Digital (*e-commerce*)
- Consumidor
- Omnichannel
- Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs)

Internet no Brasil

- A Internet no Brasil iniciou-se em setembro de 1988
- Final de 1994 pela Embratel
- Atualmente, a Internet (e a Web) envolve milhões de utilizadores, no Brasil



O que é Digital?

- Informação real convertida na forma numérica binária

```
11111111001100010011111101100001011111111111111110000101
0010000011011111001000011000010011000101001111001101000
011100111111000001011111001111100111111111111101100000001
1000011110000000110101101011000111111111100111111000101
1111011110000111011110011111101110010010101111001111011
1111111101110000111000110000010001100001001111011011101
1110111100000011000011101001111100000110111100011101111
1111100110011001011111111111111101100011100111110111111
01110100001011101100110101111011111111110111111100111111
0000000111111111010011111111111100010011101110111001111
101010101111111111110111011111111101111111011111101111101
00001111111111111110001000110011110101110001111001101111
111110110110000111111101100001110101011010100011111111111
1100111110001110110111111000111011111000000100110110001
01001111010001111111110111111000011011100110000000110011
10011100111111111100111100001111101111111000100110010001
111111101111111110011111011111111111011101111111101111001
1111101100110111110010011011001111101111010110000000111
00100001111111110000001001110001111110110111111110000110
110001111111111100000110001110001000111111111111100110000
```

Comércio x Tecnologia

- Embora pesquisas com consumidores indiquem a crescente procura por inovação nos pontos de venda (Cox *et al.*, 2016).
- A informação começa na palma da mão.
- O consumidor do Milênio + **Tecnologia** = Mudou a dinâmica do mercado.

Upgrade do comércio



Os desafios da TI

Inovar cada vez mais,
atender as necessidades do consumidor
e do comércio.

Consumidor x TI

- Não basta desenvolver software, é preciso que a engenharia das TICs tenha uma visão holística.



O comércio tradicional não morreu!



Logística é um problema para o e-commerce



Comprar
ou
não comprar?

Logística é um problema



Novo modelo de consumidor

- *“O conceito omnichannel traz uma perspectiva mais evoluída do multichannel. É uma visão de integração total, onde para o consumidor não importa qual o meio de compra e sim a experiência que desenvolve com a marca como um todo. Para os retalhistas, o grande desafio é ver todos os canais disponíveis e trabalhar de forma sinérgica e coordenada entre eles, prevendo a integração de processos como logística, armazenamento, distribuição, atendimento ao cliente, base de dados e marketing.”* Dietrich (2012).

Tipos de consumidor

- Single Channel
- Multi Channel
- Cross Channel
- Omni Channel

Uso das TICs no comércio tradicional

Rebecca Minkoff (Comércio tradicional)

Figura 1



Figura 2



Figura 3



Figura 4



Considerações finais

- **Criação de estratégias inovadoras para acompanhar as constantes mudanças do mundo dos negócios, o comércio tradicional num contexto cada vez mais digital**