

O comércio eletrônico e o Distrito Federal -

Comércio
Joaquim Cruz*

Dois executivos brasileiros relatavam suas experiências de consumo via Internet. O primeiro deles comentava que tinha adquirido livros de marketing na livraria Blackwell's, em Oxford, Inglaterra, recebendo suas encomendas em casa duas semanas depois. O segundo relatava a aquisição de tacos de golfe em uma loja de materiais esportivos de Nova Iorque, e que, cinco dias úteis após o pedido, recebia os equipamentos no seu escritório em Brasília.

Vivemos a era da "ciber-economia", onde o crescimento mundial do comércio eletrônico é proporcional ao crescimento do número de usuários da Internet. Os números são impressionantes. Segundo estimativas do relatório da Emerging Digital Economy, o número de pessoas no mundo com acesso à rede chegará a 1 bilhão até o ano 2000. O Information Technology Agreement (ITA) divulgou recentemente as cifras envolvidas na venda de produtos: US\$ 600 bilhões, cerca de 10,2% do comércio mundial de mercadorias.

Os consumidores brasileiros efetuaram compras em empresas nacionais na ordem de US\$ 40 milhões, registrando números bem modestos para o Brasil. No caso específico do Distrito Federal, as coisas não são muito diferentes, tanto que não há registros que mensurem o volume dos negócios realizados pela Internet. Logo, existe um grande potencial mercadológico a ser explorado pelo empresariado local. Hoje o número de internautas brasileiros é de aproximadamente 130 mil. Verifique-se também as características da população brasileira apta ao consumo de bens e serviços (veja quadro).

Embora os brasileiros sejam indivíduos eminentemente relacionais, assim como os brasileiros em geral, o estilo de vida do Distrito Federal é o mesmo do Rio de Janeiro, São Paulo ou de qualquer outra grande cidade do mundo, com alto nível de estresse proporcionado pelo dia-a-dia,

o trabalho, o eterno aperfeiçoamento profissional em busca da empregabilidade, o trânsito, entre outros, que levam os consumidores locais a buscarem a comodidade, e nada mais prático do que acessar a Internet da sua casa ou escritório e adquirir bens que atendam a sua necessidade específica. O nível sócio-econômico do brasileiro o caracteriza como um indivíduo globalizado, moderno e interativo, tornando-o acessível às novas tecnologias.

Para o empresariado existe a oportunidade de aumentar as vendas com redução de custos, inibição da frustração de um mau atendimento na loja e suas repercussões, além de ampliar seus mercados consumidores, pois já não existem limites territoriais. Assim, o consumo está a um "clique" do web consumer. A viagem interativa em direção

O crescimento mundial do comércio eletrônico é proporcional ao crescimento do número de usuários da Internet

ao consumo é instantânea e em tempo real. Desta forma os banners (espaços na home-page) têm sido desenvolvidos

para tornarem-se parecidos com os luminosos que são encontrados na Avenida Paulista em São Paulo, Time Square em Nova Iorque e Picadilly Circus em Londres, com o objetivo de estimular o consumidor, principalmente aquele que compra por impulso.

O nível sócio-econômico do brasileiro o caracteriza como um indivíduo globalizado, moderno e interativo

O mercado exige do empresário uma visão globalizada para agir localmente, redefinindo seus processos para facilitar a comunicação e o

atendimento aos consumidores, criando uma infra-estrutura de distribuição, revendo a formação dos preços de seus produtos e serviços e criando novos, desenvolvendo estratégias de promoção e divulgação ousadas com o objetivo de aproveitar o "boom" do comércio eletrônico, firmando-se através de suas vantagens competitivas e posicionando sua empresa no mercado e na mente do consumidor.

Aos web consumers brasileiros que expressam suas necessidades e desejos nesse mercado, que aproveitem o jogo da conquista e das ofertas.

* Pós-graduando em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), assessor da Unidade de Infra-Estrutura do Banco do Brasil

Perfil

População	◆	Aproximadamente 1,9 milhão
Escolaridade/nível superior	◆	14% no DF e de 80% em Brasília*, Lagos Sul e Norte
Renda Bruta Média Mensal	◆	15 salários mínimos no DF e 51,6% em Brasília*, Lagos Sul e Norte
Tamanho da família	◆	4,6 indivíduos (média do DF)

* Fonte: CODEPLAN/Considera-se Brasília a Asa Sul e a Asa Norte