

O que o futuro reserva para o e-commerce no Brasil?

Dailton Felipini

O Comércio Eletrônico mundial está completando pouco mais de seis anos de vida, e no Brasil metade disso. É portanto, um setor ainda em formação, se fosse gente seria apenas um garotinho entrando no primeiro ano primário para aprender as primeiras letras. Muitos analistas simplesmente ignoram esse fato e, talvez como uma vingança contra os profetas do lucro fácil que já quebraram a cara e estão fora do jogo, cobram do e-commerce, desempenho nunca antes alcançado por nenhum outro setor em tão curto prazo. O fato é que saímos da “e-euforia” diretamente para a “e-depressão”, sem nenhuma escala num patamar razoável de bom-senso calcado na realidade dos números como pretendemos demonstrar.

A questão primária quando se fala na utilização da Internet como um novo canal de comercialização é: quantas pessoas já estão conectadas a Web, e portanto expostas a comunicação e estratégias mercadológicas, e quantas estarão num horizonte razoável de tempo. Isto porque é esse o público alvo das empresas que atuam na Internet. Se você tem um público de mais de 160 milhões de internautas como é o caso dos Estados Unidos, maravilha; porém, se você atua num mercado que ainda não atingiu o volume de 60 mil pessoas, como é o caso de Cuba, a perspectiva de sucesso de qualquer empreendimento ponto-com é.. desalentadora, para ser educado.

Como era de se esperar, não chegamos ao paraíso como é caso dos Estados Unidos, mas já estamos muitíssimo longe de Cuba. As últimas pesquisas indicam que no Brasil mais de 12 milhões de pessoas estão conectadas a Internet, o que já não é pouca coisa, principalmente se considerarmos a qualificação desse público, majoritariamente classes A e B, ou seja, a camada da população de maior nível de renda e portanto com mais capacidade de consumo. Mais importante que o momento, no entanto, são as tendências. O quadro abaixo, mostra a evolução do número de usuários da Internet no Brasil.

POPULAÇÃO DE INTERNAUTAS NO BRASIL – Pesquisas selecionadas

Data da Pesquisa	Usuários (milhões)	Nº de Meses Acumulados	Crescimento Acumulado	Crescimento médio/mês	% da População
Fev/2002	13,08	55	1034%	18,8%	7,6%
Jul/1997	1,15	1	-	-	-

Observa-se que de Julho de 1997, período em que o mercado ultrapassava a marca de um milhão de usuários, até hoje, quatro anos e meio depois, houve um crescimento acumulado de mais de 1.000% no número de usuários, o que fazendo uma média simples, representa um expressivo crescimento de 19% ao mês. Outro dado relevante é a penetração da Internet junto à população que na última pesquisa atingiu 7,6%. Como parâmetro de comparação, o mercado americano já atingiu em um período de pouco mais de 10 anos a marca de 60% da população conectada a rede. Obviamente, a expansão de um mercado depende muito da conjuntura econômica do período em questão, além de variáveis sócio econômicas de cada país, dessa forma, seria uma simplificação grosseira “importar” o índice de crescimento verificado no mercado americano para o Brasil. Porém, o grau de penetração serve como um importante indicador do espaço de crescimento disponível no mercado. Quanto maior é a distância do limite de 100% da população, maior é a possibilidade de crescimento e nesse aspecto, os números mostram claramente que o mercado brasileiro tem um enorme espaço a ser ocupado. Em estudo realizado no final do ano passado para o Cietec - Incubadora de empresas de tecnologia insta-

(em milhões)		Pessimista		Intermediário		Otimista	
		Cresc. anual 12%		Cresc. anual 16%		Cresc. Anual 20%	
Total		%		%		%	
Ano	População	Internautas	Pop	Internautas	Pop	Internautas	Pop
2001	172,3	12.0	6,9%	12.0	6,9%	12.0	7,0%
2011	199,9	37.2	18,7%	52.9	26,5%	74.3	37,2%

lada na Universidade de São Paulo, utilizamos os dados acima, juntamente com outras variáveis, para estimarmos o mercado representado pela Internet nessa primeira década do novo milênio. O quadro abaixo é um resumo dos três cenários projetados.

CENÁRIOS DE CRESCIMENTO PARA A INTERNET NO BRASIL

Como se observa pela tabela, o cenário mais plausível, o intermediário, nos mostra um número de 52 milhões de pessoas conectadas a Web daqui a nove anos. O que embora pareça uma enorme quantidade de pessoas, vai representar pouco mais de um quarto da população brasileira na ocasião, muito abaixo do porcentual de pessoas que tem acesso à televisão e ao telefone já nos dias de hoje. Para os reticentes, vale dizer que o Yankee Group, Instituto de Pesquisa Americano, em um estudo chamado "A Second Wave: The Brazilian Internet User Forecast" projeta para o Brasil o número de 42,3 milhões de usuários de Internet, já em 2006, início da segunda metade do decênio em questão. É preciso dizer mais?

Evidentemente, só a existência do mercado não representa necessariamente o sucesso absoluto do Comércio Eletrônico e das empresas ponto-com. Outras variáveis devem ser consideradas, como comportamento do consumidor on-line e o próprio desempenho das empresas em satisfazer as necessidades desse consumidor, entre outras coisas, mas isso fica para um próximo artigo. O que queríamos demonstrar é que, a não ser que haja uma reversão completa do quadro evolutivo da tecnologia e de todas as tendências observadas até aqui, as empresas que apostarem no Comércio Eletrônico terão um enorme e qualificado mercado para conquistar nos próximos anos. Quem duvidar disso, corre o risco de perder o foguete da história.

Dailton Felipini. é Mestre em Administração pela Fundação Getúlio Vargas e professor de ecommerce na Universidade Ibirapuera. Autor de vários ebooks e editor dos sites: <http://www.e-commerce.org.br/> e <http://www.abc-commerce.com.br/>