



O REFLEXO DA PANDEMIA NO COMÉRCIO VIRTUAL DAS LOJAS DE INFORMÁTICA NO MUNICÍPIO DE CAPANEMA – PA

ALEXANDRE ALENCAR DE OLIVEIRA FERNANDES; GEOVANA DA COSTA DA SILVA; HEMILI LARISSA NASCIMENTO; ANA KARLLA MAGALHÃES NOGUEIRA

RESUMO

Defronte da crise de emergência sanitária causada pela pandemia de COVID-19, sucedeu-se medidas restritivas para frear a disseminação do vírus, dentre elas, o fechamento de lojas físicas consideradas como não essenciais, causando uma crise econômica severa no Brasil. Contudo, houve a adoção a uma nova modalidade de vendas, o *e-commerce* que potencializou negócios, acarretando mudanças no comportamento de empreendedores. Este trabalho teve como objetivo investigar os reflexos da pandemia de COVID-19 no comércio virtual das lojas de informática do município de Capanema, Nordeste Paraense. Para tanto, foi realizado um estudo quantitativo, através de pesquisa presencial, de modo a entendermos os aspectos que levaram as mudanças de comportamento dos proprietários das lojas de informática situadas no município de Capanema. Atestou-se que todas as lojas analisadas passaram por adversidades durante o período pandêmico, que nos aspectos gerais, a pandemia de COVID-19 afetou as vendas físicas e transformou o meio digital, fazendo crescer as compras através da internet no município. Observou-se também, que as mudanças no comportamento dos proprietários das lojas analisadas em questão da modalidade de vendas virtuais, foi devido ao fato ao impulsionamento gerado por este período atípico. Concluímos que os reflexos da pandemia no comércio virtual das lojas de informática no município de Capanema foram mínimos. E não foram feitas mudanças estruturais nas lojas pesquisadas, assim como não sofreram uma drástica diminuição em suas vendas no segmento estudado. Sabemos que, com a implantação do comércio virtual, as empresas que mais cresceram neste segmento, foram as que mais se adaptaram à nova realidade do mundo. Porém, apesar de haver um esforço na adaptabilidade das lojas de informática no município de Capanema, a questão cultural e a falta de prática, conhecimento específico e o contexto social em que a cidade se encontra, fizeram que o notório e maculado acontecimento que mudou como vemos o mundo e a nós mesmos, que foi a pandemia do COVID-19, não introduzisse no cotidiano popular capanemense, a confiança necessária para realização da compra *on-line*.

Palavras-chave: COVID-19; Lojas de informática; *E-commerce*; Modalidade de vendas; Estado do Pará.

1 INTRODUÇÃO

O comércio, sendo uma das atividades mais antigas e provectas do homem, transforma-se em meio ao desenvolvimento da informação e da tecnologia. Com o processo contínuo de inovação tecnológica e o surgimento da internet, criou-se uma gama de possibilidades no meio comercial, podendo-se dizer que os níveis de produção industrial no mundo cresceram, almejando atender demandas com níveis de exigência cada vez maior em um ambiente cada vez mais competitivo (Lima; Pinto, 2019). Neste sentido Galinari *et al.* (2015, p. 2) acrescentam que: “milênios separam o escambo do pagamento com cartões de crédito, as pequenas tendas

dos hipermercados e os produtos artesanais dos conteúdos digitais”.

O chamado *e-commerce*, traduzido como comércio eletrônico, pode ser definido como a relação de compra e venda, realizada por meios digitais (O'Brien, 2004). De acordo com Mendonça (2016, p. 2) “o *e-commerce* faz com que os consumidores façam transações eletronicamente a qualquer momento independente do dia, horário e lugar. Sua expansão exponencial acontece a cada dia desde a sua criação e futuramente pode alcançar e até mesmo ultrapassar a venda convencional”. Também, é possível caracterizar o *e-commerce* como a transformação do comércio tradicional em contato com a tecnologia no contexto tecnológico-informacional do século XXI.

Nesse contexto de crescimento do *e-commerce* no país, em dezembro de 2019, surgiu no mundo os primeiros casos de COVID-19, por meio de pessoas diagnosticadas com o vírus Sars-CoV2. A pandemia do COVID-19 foi decretada em 11 de março de 2020 pela Organização Mundial da Saúde (OMS, 2020), gerando medidas de isolamento social, visando a diminuição da proliferação do vírus. Uma dessas medidas, o *Lockdown* obrigou as pessoas a ficarem em casa, inviabilizando, em parte, o comércio físico. De acordo com Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2020) nesse período os estabelecimentos comerciais não-essenciais ficaram impedidos de funcionar, tornando o comércio eletrônico uma opção para vendas no período pandêmico. Este ano iniciou como um ano totalmente incerto para o comércio físico, sendo um período de adversidades para muitas empresas.

Contudo, além das ameaças, também devemos analisar as oportunidades do mundo contemporâneo e do atual contexto, para nos reformularmos e mudarmos de hábitos e costumes, e nos adequarmos da melhor maneira possível a situação do *Lockdown*, que é descrita como o confinamento como medida de restrição de movimento populacional para conter a proliferação do vírus. Foi em meio a este contexto que as vendas no comércio eletrônico tiveram um salto recorde, refletindo em um substancial aumento da demanda devido à pandemia (Lamonier, 2021).

As vendas *on-line* já eram uma prática antes mesmo de 2020, mas estimam que, no mesmo ano, 20,2 milhões de consumidores realizaram uma compra *on-line* pela primeira vez e 150 mil lojas começaram a vender por meio das plataformas digitais (SEBRAE, 2021). Em 2020, os consumidores também estavam priorizando a compra *on-line* de itens essenciais como as vendas de supermercados, que tiveram um aumento de 16%, e a taxa de conversão média no setor aumentaram 8,1%, além disso, todos os tipos de *delivery* tiveram uma alta taxa de procura (SEBRAE, 2020). As relações interpessoais são constantes e sofrem mudanças necessárias, e o *e-commerce* é um exemplo disso pois pretende adequar as novas tecnologias e necessidades, impulsionados pelo capitalismo global (Sobrinho, 2017).

Nesta conjuntura, percebeu-se que as lojas de informática são desafiadas a enfrentarem novos contextos, e foram capazes de utilizar novos métodos, como a implantação do *e-commerce*, que pode trazer muitos benefícios para seu desenvolvimento e permanência no mercado.

Neste contexto, parte-se do pressuposto que a pandemia de COVID-19 motivou o aumento da utilização do comércio virtual no setor de informática no município de Capanema, mais do que proporcional ao comércio físico. Assim, surge a problema de pesquisa: como a pandemia impactou no comércio virtual das lojas de informática no município de Capanema?

É importante analisar os potenciais benefícios da realização da pesquisa, tanto com relação a sua relevância científica nos contextos atuais, quanto para o estudo comercial da região capanemense, para servir como base de inspiração de futuras pesquisas englobadas a economia, juntamente com os aspectos da pandemia relacionadas ao comércio eletrônico. Nesta circunstância, o objetivo do trabalho foi analisar os impactos e a mudança de desempenho gerados pelo período pandêmico nas lojas de informática em relação as vendas virtuais no

município de Capanema, uma vez que, estas lojas tiveram que reduzir seu atendimento presencial devido ao *Lockdown* ocorrido neste período, tendo reflexos positivos ou negativos.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

O estudo foi realizado no município de Capanema, localizado no Nordeste Paraense, onde situam-se as lojas de informática analisadas. A pesquisa utilizada para a coleta de dados foi de caráter quantitativo, sendo que para realizar o estudo, foi realizada a aplicação de questionário para a coleta de informações mais assertivas.

Para a melhor compreensão do objetivo da pesquisa, o questionário foi aplicado junto aos gerentes de cada loja de informática presente no município, totalizando a quantidade de seis lojas atuando nesse setor atualmente, dentre elas: “Megatec - Informática e Segurança Eletrônica”, “Inovadora Informática”, “Sagais Tech”, “Checkup Tecnologia”, “Softcomp: Comércio e Serviço de Informática” e “Link Informática e Papelaria”. As informações fornecidas foram sobre os resultados negativos ou positivos da Pandemia para as vendas virtuais das lojas do setor de informática.

Com o propósito de analisar os reflexos da Pandemia para as vendas, o questionário aplicado continha perguntas fechadas e abertas para o responsável de cada estabelecimento. A partir dos resultados, foram elaboradas tabelas com intuito de verificar se houve crescimento ou diminuição do comércio eletrônico após o *Lockdown* de 2020. Realizou-se ainda, a contextualização sobre a nova realidade do comércio eletrônico no município e o comportamento de cada uma dessas lojas com o surgimento de possíveis oportunidades no mercado virtual.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com a coleta de dados foi possível adquirir informações para analisar elementos sobre os reflexos da Pandemia nos estabelecimentos de informática. Foram resguardadas as respostas individuais de cada loja contribuinte para a pesquisa, mantendo-as anônimas, sendo diferidas apenas com uma enumeração não correspondente a qualquer respectiva já citada.

Perfil geral das lojas de Informática

Após o desenvolvimento da análise de dados dos questionários aplicados, analisou-se o perfil geral das seis lojas do ramo de informática do município de Capanema. Destas lojas, 67% já está atuando no mercado a mais de 5 anos, e 33% a menos tempo. Além disso, a grande maioria, representando 83% das lojas, desenvolve suas atividades de negócio de forma virtual em conjunto com o presencial, enquanto 17% operam exclusivamente com vendas *on-line*. Ademais, apenas 17% também, não se prepararam, mesmo que minimamente, para entrar no mercado virtual. Apesar disso, todos os entrevistados utilizam das mídias digitais e o *marketplace* como ferramentas de operação para seu negócio, empregando-os para os diversos tipos de serviço, como contato com clientes, divulgação dos produtos, vendas e inclusive pagamentos.

Para tanto, ao serem questionados sobre o modo de entrega de seus produtos vendidos via *on-line*, 50% responderam ter um tipo próprio de logística para enviar seus produtos, enquanto os outros 50% responderam utilizar-se apenas da retirada na loja física de imediato.

De acordo com os dados apresentados na Tabela 1, foi averiguado que 17% das lojas de informática do município priorizam as vendas virtuais, 33% preferem apenas as vendas presenciais e 50% optam ambas as modalidades. Levando em consideração os resultados, é possível afirmar que o mercado eletrônico ainda não é totalmente prioridade para estes empreendedores.

Tabela 1 – Modalidade de venda priorizada pelas lojas de informática em período pandêmico no município de Capanema/PA.

Loja	Modalidade de venda	Justificativa da escolha da referida modalidade
Loja 1	Vendas presenciais	Preferiu não especificar
Loja 2	Ambas	Preferiu não especificar
Loja 3	Vendas presenciais	Preferiu não especificar
Loja 4	Vendas virtuais	Pela comodidade do cliente e da loja
Loja 5	Ambas	Preferiu não especificar
Loja 6	Ambas	Preferiu não especificar

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Percebeu-se, que os lojistas, apesar de conhecerem o mercado eletrônico utilizando-o para suas estratégias de vendas, não o prioriza como sua modalidade venda principal, tanto que, apenas 17% afirmaram que suas vendas virtuais se sobressaem sobre suas vendas convencionais e 83% afirmaram que seu percentual de faturamento com essa modalidade de venda em relação ao seu faturamento da loja física é de 10% ou menos até no máximo de 30%. Nesse sentido, entendeu-se que, há uma necessidade de que as empresas se inserirem nesse modelo de comércio eletrônico, com a finalidade de não perder a sua competitividade de mercado em relação às outras (Silva, 2010), uma vez que se atestou que a maioria dos lojistas faz uso desta modalidade somente como um adendo a sua rotina de caixa.

Apesar disso, todos os proprietários dos estabelecimentos entrevistados revelaram acreditar que as vendas virtuais facilitam a vida do cliente devido a diversos fatores como a comodidade, facilidade e praticidade. Fazendo uma comparação com os dados observados por Biesek (2022) sobre o comportamento do consumidor no *e-commerce*, antes e durante a pandemia na região do estado do Rio Grande do Sul, percebeu-se uma semelhança entre seus resultados, onde, ressalta que a população entrevistada se sente atraída pelo comércio virtual, também pela facilidade, praticidade, preço e rapidez. Atestou-se, ainda, que 67% deles afirmaram continuar a implementar a modalidade de vendas *on-line* em seu negócio a partir de investimento em mídias digitais.

Um fato que deve ser posto em análise é o fator cultural regional que a população prefere ver aquele determinado produto fisicamente para decidir se irá comprar ou não, evidenciado no senso comum da fala de um dos gerentes entrevistados como exposto a seguir:

“As aquisições virtuais ainda é algo novo para a população capanemense, muitas pessoas gostam de ver e tocar no produto para comprar”. EVI

A aquisição de produtos via internet é uma prática nova para a população capanemense e a dúvida ou o receio para efetuar a compra, se torna um desafio para as lojas de informática, por isso, alguns empreendedores e gerentes preferem por optar por esta modalidade como um auxílio às receitas.

O reflexo da pandemia sobre as lojas de informática

Revelou-se, através das informações obtidas, o comportamento dos proprietários dos estabelecimentos diante do período pandêmico. Em que, 50% dos lojistas revelaram terem sido afetados negativamente, por serem obrigados a parar suas atividades durante o *Lockdown*, impedindo o contato com seus clientes e não podendo utilizar outros meios de comercializar seus produtos. Por outro lado, 33% foram neutros em relação ao efeito da pandemia, por possuir clientes fidelizados. E, apenas 17% afirmaram que tiveram impactos positivos por haver se beneficiados das vendas virtuais, adequando-se rápido em relação a outros lojistas.

Antes do período pandêmico, apenas 17% dos lojistas afirmaram não faziam uso da modalidade de vendas *on-line* em seu negócio, enquanto 87% deles o faziam, porém a procura por essa modalidade era considerada baixa (67%) e/ou mediana (34%). Em oposição a isso, após a diminuição de casos de COVID-19, todos responderam continuar ainda com as vendas *on-line* e que sua procura passou a ser baixa (33%), mediana (50%) e/ou alta (17%). Portanto, atestou-se que a procura por essa modalidade de venda passou a aumentar após a diminuição de casos. Pois, as restrições nas compras físicas fizeram com que as pessoas ficassem mais em casa, mas não quer dizer que não foram economicamente ativas, a tecnologia já havia mudado os hábitos de consumo, e a pandemia impulsionou este processo (Lamonier, 2021).

Com isso, atestou-se que vendas *on-line* aumentaram durante esse período, não pelo esforço demasiado dos lojistas, mas muito pela preocupação dos consumidores em não sair de suas residências, o que revelou tanto aos populares quanto aos empreendedores, os benefícios que se pode obter através do *e-commerce*.

Dessa forma, a partir das informações contidas na Tabela 2, constatou-se que todas as lojas analisadas passaram por adversidades durante o período pandêmico, e que em aspectos gerais, a pandemia de COVID-19 afetou em demasia as vendas físicas e transformou o meio digital, fazendo crescer as compras realizadas por meio da internet.

Tabela 2 – Dificuldades e desafios enfrentados pelos proprietários das lojas de informática durante a pandemia no Município de Capanema/PA.

Loja	Resposta
Loja 1	Vendas baixas e dificuldade para entrega
Loja 2	Pelo motivo de não poder abrir normalmente, e a ausência de compradores por motivo do vírus
Loja 3	Dificuldade na compra de mercadorias
Loja 4	Falta de clientes na loja física
Loja 5	Devido ao <i>Lockdown</i>
Loja 6	Preferiu não especificar

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Nesse contexto, há dificuldade para o comércio eletrônico pela falta de prática da população e até mesmo das lojas, pois muitos clientes preferem ver o produto e checar se o mesmo é de sua preferência, principalmente por serem materiais eletrônicos, surge uma segurança maior para o cliente se for adquirido pessoalmente. Os lojistas por sua vez, procuram sempre atender as maiores necessidades e preferências dos clientes, utilizando todos os meios possíveis, logo, se adequando para isso. As vendas virtuais cresceram após a diminuição dos casos de COVID-19, mas segundos os dados coletados, não cresceram o suficiente para que as lojas priorizem a adequação de suas vendas para o comércio virtual.

4 CONCLUSÃO

Concluimos que os reflexos da pandemia no comércio virtual das lojas de informática no município de Capanema, foram mínimos. E não foram feitas mudanças estruturais nas lojas pesquisadas, assim como não sofreram uma drástica diminuição em suas vendas no segmento estudado.

Sabemos que, com a implantação do comércio virtual, as empresas que mais cresceram neste segmento foram as que mais se adaptaram à nova realidade do mundo. Porém, apesar de haver um esforço na adaptabilidade das lojas de informática no município de Capanema, a questão cultural e a falta de prática, conhecimento específico e o contexto social em que a cidade se encontra, fizeram que o notório e maculado acontecimento que mudou como vemos o mundo

e a nós mesmos, que foi a pandemia do COVID-19, não introduzisse no cotidiano popular capanemense, a confiança necessária para realização da compra *on-line*.

O comércio eletrônico, já popularmente conhecido como *e-commerce*, não afetou as empresas de informática de Capanema de forma drástica, o que seria uma saída para a redução das vendas, em período pandêmico. Mas foi um meio de não ficarem esquecidas, em meio ao momento incerto onde a maioria, para não dizer todos, não sabia exatamente o que fazer para manter as vendas em um nível minimamente razoável, o que não confirma nossa hipótese que a pandemia de COVID-19 possa ter aumentado a vendas eletrônicas, mais que proporcional ao comércio físico.

Sendo assim, o que provavelmente tenha sido uma questão econômica crucial em outras localidades do Brasil, ou do imenso estado do Pará, no micro realidade estudada, não houve essa mudança drástica nas vendas.

REFERÊNCIAS

BIESEK, A. K. **Comportamento do Consumidor no E-commerce: Antes e Durante a Pandemia da COVID-19**. Orientadora: Dionéia Dalcin. 2022. 77 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Campus Cerro Largo, Cerro Largo, 2022.

GALINARI, R. et al. Comércio eletrônico, tecnologias móveis e mídias sociais no Brasil. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 41, p. 135-180, mar. 2015.

LIMA, A. G.; PINTO, G. S. INDÚSTRIA 4.0: um novo paradigma para a indústria. **Revista Interface Tecnológica**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 299–311, 2019.

LAMONIER, G. A. **Impacto da pandemia no comércio eletrônico brasileiro**. Orientador: Eugenio de Britto Jardim. 2021. 21 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Escola de Gestão e Negócios, Goiânia, 2021.

MENDONÇA, H. G. E-Commerce. **Revista Inovação, Projetos e Tecnologias**, [S.L.], v. 4, n. 2, p. 240-251, 1 dez. 2016.

O'BRIEN, J. A. **Sistemas de Informação e As Decisões Gerenciais na Era da Internet**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2004. 355 p.

Organização Mundial da Saúde. Coronavirusdisease (COVID-19). c2023.

PARÁ. Decreto nº 729/2020. **Boletim Epidemiológico**. Capanema: Governo do Trabalho, 2022.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Coronavírus: como a pandemia impactou as vendas on-line. como a pandemia impactou as vendas on-line. 2020.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. O e-commerce é indispensável para o seu negócio. 2021.

SILVA, E. C. A. **O uso do comércio eletrônico no ramo de flores tropicais em Pernambuco**. Orientador: Tales Wanderley Vital. 2010. 116 f. Dissertação (Programa de Pós-

Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2010.

SOBRINHO, M. V. A. **As normas do Código de Defesa do Consumidor aplicadas ao comércio eletrônico**. Orientadora: Daniela Ferreira Dias Batista. 2017. 51 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, Centro Universitário Eurípides de Marília, Marília, 2017.