



AUTOR(ES): JESSICA LIMA QUEIROZ, AMANDA ANDRADE FREIRE e NARCISO FERREIRA DOS SANTOS NETO.

A INFLUÊNCIA DO CONTEXTO PANDÊMICO SOBRE O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE: UMA ANÁLISE DOS PERÍODOS DE 2019 A 2021

RESUMO: O presente trabalho teve como objetivo principal analisar a evolução do comércio eletrônico frente ao contexto pandêmico gerado pela COVID-19. O e-commerce é um modelo de varejo que favorece a criação de uma ponte entre o mundo físico e o virtual, por meio da realização de transações eletrônicas para a aquisição de produtos e serviços, promovendo, assim, comodidade e praticidade para o cliente. Este desempenhou um papel primordial nessa conjuntura, ao colaborar com a comercialização de mercadorias sem a necessidade do deslocamento até uma loja física. Em se tratando dos métodos empregados na realização do estudo, este se caracteriza como sendo, preponderantemente de cunho descritivo, amparando-se também no explicativo e exploratório, e baseado na pesquisa qualitativa. No que tange às técnicas, o mesmo foi realizado mediante análise de conteúdo baseado nos relatórios WebShoppers referentes aos anos de 2019, 2020 e 2021 respectivamente, disponibilizados semestralmente pela empresa Ebit | Nielsen. Como resultado, observou-se o aumento progressivo na quantidade de vendas realizadas de forma totalmente virtual durante o período compreendido entre 2019 e 2021. Somado a isso, verificou-se a entrada de 87,7 milhões de novos consumidores on-line em 2021, especialmente durante as datas sazonais como o natal e o dia dos namorados, as quais apresentaram resultados de vendas muito mais elevados quando comparados com anos anteriores. Foi possível concluir, com a realização do trabalho, que o e-commerce apresenta-se como um modelo de negócio cuja evolução depende intimamente de mudanças comportamentais da sociedade e das organizações e, nesse sentido, o surgimento inesperado da pandemia contribuiu com a penetração do comércio eletrônico no cotidiano dos brasileiros alavancando suas vendas. Por fim, a pesquisa foi limitada pelo uso da versão gratuita dos relatórios, a qual não abarca todas as informações relevantes ao estudo, sendo assim, sugere-se para futuras pesquisas a utilização de outras versões de relatórios ou fontes de informações, bem como sugere-se nova análise pós-pandemia, visando observar a permanência dos resultados obtidos durante a pandemia.

PALAVRAS-CHAVE: Brasil. Covid-19. E-commerce. Varejo.