

IMPACTO DO E-COMMERCE NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO INTERIOR DO CEARÁ

Maria Vitória Castro Lima

Graduanda em Administração pelo Centro Universitário Maciço de Baturité (UniMB)

Leticia Elen Araripe da Silva Carvalho

Graduanda em Administração pelo Centro Universitário Maciço de Baturité (UniMB)

Rayssa Elen Batista Sousa Chagas

Graduanda em Administração pelo Centro Universitário Maciço de Baturité (UniMB)

Vitória Renis Silva de Souza

Graduanda em Recursos Humanos pelo Centro Universitário Maciço de Baturité (UniMB)

Patrícia Ponsiano Ricardo

Especialista em Gestão de Negócios e Marketing pelo Centro Universitário Leonardo da Vinci (UNIASSELVI)

Coordenadora no Centro Universitário Maciço de Baturité (UniMB)

Allysson Barbosa Fernandes

Doutorando em Administração de Empresas pela Facultad Interamericana de Ciencias Sociales (FICS)

Professor no Centro Universitário Maciço de Baturité (UniMB)

RESUMO

A ascensão do e-commerce tem gerado mudanças econômicas expressivas, ampliando o alcance de pequenas e médias empresas em regiões fora dos grandes centros urbanos. No interior do Ceará, municípios como Redenção, Baturité e Barreira representam um cenário promissor para o comércio eletrônico, que pode facilitar o acesso dos consumidores e impulsionar o desenvolvimento econômico local. No entanto, empresas como a Empresa A, que opera apenas no formato físico, enfrentam desafios de digitalização, enquanto a Empresa B, que já atua no ambiente digital, demonstra as vantagens competitivas do e-commerce. Este estudo tem como objetivo geral analisar o impacto do e-commerce no desenvolvimento econômico do interior cearense, com foco nas operações das empresas A e B. Especificamente, visa examinar as vantagens e desafios de implementar um canal digital na Empresa A e avaliar os impactos econômicos do e-commerce para a Empresa B. Adotou-se a pesquisa de natureza bibliográfica, e análise comparativa combinada com observação participante, método que permite uma imersão direta no contexto local e facilita a coleta de dados qualitativos sobre práticas e percepções de empresas e consumidores em relação ao e-commerce. Os resultados indicam que a Empresa A poderia expandir significativamente seu público e promover inclusão digital ao adotar uma plataforma de e-commerce, enquanto a Empresa B, com sua operação digital consolidada, já fortalece a economia local ao ampliar o acesso e a competitividade, gerando novas parcerias e oportunidades de emprego. Conclui-se que o e-commerce oferece um potencial transformador para o desenvolvimento econômico do interior do Ceará, embora sua implementação exija investimento em infraestrutura e



inclusão digital. Essa transição beneficiaria o mercado regional, criando um ecossistema econômico mais dinâmico e acessível para empresas e consumidores locais.

Palavras-chave: Comércio Eletrônico, Desenvolvimento Econômico, Digitalização, Inclusão Digital, Pequenas Empresas.

1 INTRODUÇÃO

A ascensão do e-commerce transformou o cenário econômico global, criando novas possibilidades de consumo e facilitando a expansão de empresas para além de suas localidades. No Brasil, a interiorização do comércio eletrônico tem impulsionado o desenvolvimento econômico em áreas fora dos grandes centros urbanos, promovendo conveniência para os consumidores e ampliando o alcance de pequenas e médias empresas. No interior do Ceará, municípios como Redenção, Baturité e Barreira refletem esse potencial transformador do e-commerce, embora ainda enfrentem desafios na digitalização dos negócios locais.

Empresas locais, como a Empresa A, uma rede de supermercados, que atualmente atua apenas em formato físico, e que poderiam beneficiar-se da transição para o e-commerce, o que facilitaria o acesso de seus produtos e serviços a um público mais amplo. A possibilidade de compras online traria conveniência aos moradores dessas regiões, especialmente para aqueles com mobilidade reduzida ou que vivem em áreas mais afastadas. Além disso, a adoção do e-commerce poderia impulsionar o crescimento econômico local, gerando novas oportunidades de emprego em áreas como logística, atendimento ao cliente e tecnologia.

Por outro lado, a Empresa B, uma loja de calçados localizada em Redenção, que já integra o e-commerce em seu modelo de negócios, tem experimentado o aumento de sua competitividade e um alcance de mercado mais amplo, alcançando clientes de outras regiões. Esse exemplo ilustra como o e-commerce não apenas fortalece o comércio local, mas também promove parcerias com fornecedores e empresas de logística, criando uma rede de serviços que impacta positivamente a economia regional. Assim, analisar os efeitos da adoção do e-commerce por diferentes tipos de empresas no interior do Ceará permite entender como essa ferramenta pode impulsionar o desenvolvimento econômico regional, promovendo inclusão digital e gerando uma cadeia de valor local.

Embora o e-commerce represente uma oportunidade de expansão e desenvolvimento, surgem questões sobre sua efetividade em regiões interioranas, onde a infraestrutura digital e a familiaridade com compras online ainda podem ser limitadas. Desta forma, levantou-se os seguintes questionamentos: Qual seria o impacto do e-commerce no desenvolvimento econômico do interior do Ceará? A Empresa A, atualmente com atuação exclusivamente física, poderia se beneficiar de um canal digital? Como o modelo já digital da Empresa B pode servir como exemplo para outras empresas



locais? Compreender os desafios e as oportunidades do e-commerce nessas áreas é essencial para propor ações que favoreçam o crescimento econômico regional e o fortalecimento do mercado local.

Nesse sentido, apresentamos como objetivo geral analisar o impacto do e-commerce no desenvolvimento econômico do interior do Ceará, tomando como referência as operações da Empresa A e da Empresa B nos municípios de Redenção, Baturité e Barreira. E como objetivos específicos examinar as vantagens e desvantagens de implementar um canal de e-commerce para a Empresa A; e avaliar os impactos econômicos da atuação no e-commerce da Empresa B na região.

O estudo é relevante para empresários, gestores públicos e pesquisadores interessados no desenvolvimento econômico de regiões interioranas, especialmente em contextos de crescente digitalização. A pesquisa oferece contribuições sobre como o e-commerce pode impulsionar a economia local, promover inclusão digital e criar novas oportunidades de emprego e parcerias. Adicionalmente, os resultados podem orientar empresas na tomada de decisões sobre a adoção do e-commerce, além de apoiar políticas públicas voltadas para o desenvolvimento econômico sustentável.

2 METODOLOGIA

A pesquisa será qualitativa e utilizará a observação participante para entender as práticas e as percepções das empresas e dos consumidores locais em relação ao e-commerce. Durante o estudo, o pesquisador observará as operações da Empresa A e da Empresa B, bem como coletará informações junto aos gestores e consumidores para compreender o impacto do comércio eletrônico na dinâmica econômica local. A análise dos dados coletados permitirá explorar os efeitos econômicos e sociais do e-commerce na região, considerando tanto os desafios quanto as possibilidades de crescimento que ele oferece.

Segundo Mónico et al. (2017), a observação participante, inserida na etnografia, envolve o observador em atividades práticas, permitindo um contato direto e frequente com os participantes no contexto estudado. Em suas análises os autores reforçam que esse método possibilita o acesso a eventos e comportamentos difíceis de captar por outros métodos, como entrevistas. Originalmente utilizada na Antropologia Cultural, a técnica foi expandida para as Ciências Sociais, sendo aplicada a grupos diversos e a organizações. Para que a observação participante seja eficaz, o pesquisador deve imergir na vida cotidiana dos sujeitos, adaptando-se aos seus papéis e hábitos, o que favorece uma compreensão mais autêntica e detalhada das interações e eventos naturais que, de outra forma, poderiam ser alterados ou reprimidos na presença de estranhos.

A observação participante, situada entre a participação e a observação, conforme Segundo Mónico et al. (2017), requer que o pesquisador desenvolva habilidades específicas para lidar com subjetividades, mantendo um distanciamento crítico e registrando minuciosamente suas experiências. Esse método permite interpretações qualitativas e narrativas, criando descrições aprofundadas que



ajudam na formulação de hipóteses e na adaptação de teorias interpretativas. Utilizado principalmente em estudos exploratórios e descritivos, o método valoriza a relação do pesquisador com o grupo, o que proporciona uma visão diferenciada, difícil de obter em observações externas.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo traremos as análises do relato de experiência das empresas A e B, a partir dessa metodologia, realizaremos uma análise comparativa relacionando com autores que corroboram com o estudo. Dessa forma, a análise nos permite uma compreensão das diferenças e potencialidades do impacto do e-commerce em uma região como Redenção e seus arredores. Ambas as empresas possuem um público-alvo amplo, com foco na acessibilidade e na conveniência para atender às necessidades locais. No entanto, enquanto a Empresa A, uma rede de supermercados, atua exclusivamente no formato físico, a Empresa B, uma loja de calçados, já possui operações digitais consolidadas.

A análise sobre o e-commerce apresentada por Mendes (2013) aborda seu surgimento, desenvolvimento e importância econômica. O e-commerce, teve início nos Estados Unidos na década de 1990, se espalhando rapidamente pelo mundo, incluindo o Brasil, onde sua adoção foi impulsionada pelo crescimento da internet e pela evolução de tecnologias de pagamento eletrônico. Conforme a autora, no Brasil, a expansão do e-commerce permitiu a criação de um ambiente digital de negócios, que representa uma alternativa estratégica para as empresas expandirem seu alcance e se aproximarem dos consumidores.

A autora realiza uma descrição de como o e-commerce evoluiu de um modelo inicialmente voltado para transações entre empresas para atender diretamente os consumidores. As estratégias competitivas incluem a oferta de comodidade, preços competitivos e diversidade de produtos. Além disso, há um foco crescente em segurança e privacidade para conquistar a confiança dos consumidores. Esse ambiente também promove inovações, como o m-commerce, que utiliza dispositivos móveis para transações, e o s-commerce, que integra redes sociais, aumentando o engajamento e a fidelização dos clientes (Mendes, 2013).

Para as empresas, Mendes (2013) destaca que, o e-commerce é importante para o desenvolvimento econômico, pois amplia o alcance de mercado, reduz custos e facilita parcerias. No Brasil, apesar de ainda enfrentar desafios, o e-commerce cresce rapidamente, criando novas perspectivas para o comércio digital e impulsionando a competitividade. Mendes destaca que o sucesso desse modelo depende de sua adaptação às demandas dos consumidores e da inovação contínua em estratégias de marketing e tecnologia. Considerando as análises da autora, trouxemos nossa observação participante, realizando um comparativo em alguns aspectos:



3.1 SOBRE A “IMPACTOS DE OPERAÇÕES PRESENCIAIS E DIGITAIS”

A Empresa A, ao manter suas atividades apenas no formato físico, está restrita ao fluxo de clientes locais e a uma base de consumidores que frequentam suas lojas. A ausência de e-commerce limita a expansão e a acessibilidade para clientes que, por diversos motivos, preferem ou necessitam realizar compras remotamente, como pessoas com mobilidade reduzida ou que residem em áreas distantes. A inclusão de uma plataforma de e-commerce para a Empresa A poderia trazer benefícios significativos, como acesso facilitado para consumidores e a criação de novas oportunidades de emprego em logística e atendimento ao cliente. O e-commerce permitiria também um diferencial competitivo, ampliando a base de clientes e incentivando a inclusão digital na região.

Por outro lado, a Empresa B já atua no e-commerce e, com isso, consegue expandir seu alcance para além das fronteiras locais. A operação digital permite que a Empresa B alcance um público mais amplo e diversificado, tanto em nível estadual quanto em outras regiões do país. A conveniência do e-commerce também agrega valor para os consumidores, que podem fazer suas compras a qualquer momento e em qualquer lugar. Isso fortalece a marca, aumenta a competitividade e possibilita o desenvolvimento de parcerias estratégicas com empresas de logística, dinamizando a economia local. Além disso, o e-commerce contribui para a valorização da marca da Empresa B, que pode se tornar reconhecida como uma opção regional sólida e confiável, atraindo consumidores de outras áreas.

3.2 SOBRE A “ANÁLISE COMPARATIVA DO POTENCIAL DE CRESCIMENTO”

Enquanto a Empresa A enfrenta desafios ao depender exclusivamente do mercado físico, a Empresa B já possui a vantagem competitiva de diversificação entre as operações física e digital. A análise comparativa indica que, se a Empresa A adotasse uma abordagem similar, ela poderia aproveitar o potencial de crescimento econômico da região por meio da criação de novos postos de trabalho e da facilitação do acesso a produtos para uma população mais ampla. O desenvolvimento do e-commerce também poderia promover a inclusão digital dos consumidores e, por consequência, impulsionar a modernização do mercado regional.

As análises das empresas aqui estudadas estão em conformidade com o que trazem Leão & Teixeira (2017), pois afirmam que o e-commerce se destaca por sua capacidade de fornecer acesso rápido e atualizado a bens e serviços, superando limitações de tempo e espaço inerentes ao comércio físico, e assim consolidando-se como fator essencial de crescimento econômico. Conforme os autores no Brasil, o e-commerce alcançou um crescimento significativo de 22% em 2014, posicionando o país entre os dez maiores mercados globais, enquanto em escala mundial o setor representou 5,9% das vendas do comércio varejista, liderado por potências como EUA e China.

Entretanto, Leão & Teixeira (2017) deixam claro que a expansão do e-commerce enfrenta desafios, como o “analfabetismo digital” em certos segmentos da população, embora essa barreira



esteja sendo superada por gerações mais conectadas à internet. A era digital, marcada pela descentralização e interoperabilidade, trouxe novas tensões econômicas, políticas e sociais que impactam o comércio internacional. O e-commerce, ao transcender as fronteiras físicas e fiscais, questiona a soberania dos Estados e cria disputas por regulamentação, reduzindo o alcance das leis nacionais sobre questões de privacidade, segurança de dados e direitos do consumidor.

A expansão do e-commerce na região, considerando as duas empresas, poderia consolidar Redenção e municípios adjacentes como polos de desenvolvimento econômico e digital.

4 CONCLUSÃO

O estudo realizado permitiu evidenciar o impacto significativo do e-commerce no desenvolvimento econômico de regiões interioranas, com foco nos municípios de Redenção, Baturité e Barreira, no interior do Ceará. A análise realizada das empresas A e B demonstra que a adoção de práticas digitais pode transformar o cenário econômico local, trazendo benefícios tanto para as empresas quanto para os consumidores. A Empresa B, que já opera no e-commerce, expande seu alcance para além dos limites locais, fortalece sua competitividade e contribui para a criação de uma rede de serviços que dinamiza a economia da região. Esse exemplo mostra que o e-commerce, além de facilitar o acesso a produtos e serviços, possibilita a valorização de marcas locais, incentivando o surgimento de parcerias e gerando novas oportunidades de emprego.

A Empresa A, ao operar exclusivamente no formato físico, limita seu potencial de crescimento e de alcance de mercado. Caso adotasse uma plataforma de e-commerce, poderia atender a uma clientela mais ampla, promovendo a inclusão digital e facilitando o acesso aos seus produtos para consumidores em localidades mais afastadas. A transição para o e-commerce, assim, poderia ampliar a competitividade da Empresa A e contribuir para o desenvolvimento econômico local por meio da geração de emprego e da modernização de suas operações.

Além dos benefícios econômicos, a análise revela que a expansão do e-commerce na região interiorana também enfrenta desafios. Entre eles, destaca-se a necessidade de inclusão digital e a familiarização de parte da população com o comércio online, o que é crucial para maximizar o impacto positivo dessa tecnologia. Observa-se, ainda, que o crescimento do e-commerce transcende barreiras físicas e fiscais, demandando regulamentações adequadas para garantir a segurança e a privacidade dos consumidores, além de promover um ambiente competitivo e transparente.

Por fim, conclui-se que a adoção do e-commerce pelas empresas no interior do Ceará possui um potencial transformador, tanto para o crescimento empresarial quanto para o desenvolvimento econômico regional. Essa transição, entretanto, requer esforços coordenados entre empresas, governo e sociedade para superar os desafios e criar um ambiente digital inclusivo e sustentável, consolidando Redenção e municípios adjacentes como polos emergentes de desenvolvimento digital e econômico.



REFERÊNCIAS

LEÃO, Luana da Costa; TEIXEIRA, Tarcisio. A necessidade do desenvolvimento de uma governança global do e-commerce. *Scientia Iuris*, v. 21, n. 1, p. 269-297, 2017.

MENDES, Laura Zimmermann Ramayana. E-commerce: origem, desenvolvimento e perspectivas. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) – Departamento de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2013.

MÓNICO, Lisete et al. A Observação Participante enquanto metodologia de investigação qualitativa. *CIAIQ* 2017, v. 3, 2017.

