

O COMÉRCIO ELETRÔNICO NO BRASIL

Talita Gomes Machado⁶⁰ – tatagm0405@hotmail.com
Joana D'arc Bardella Castro⁶¹ – joana.anhanguera@hotmail.com

Introdução

O comércio eletrônico com seu grande potencial de inovação, é considerado uma realidade que traz grandes benefícios nos vários setores econômicos. Sua crescente utilização na economia digital possibilitou a criação de novos negócios, dessa forma a oportunidade de atuar num ambiente global.

Esse artigo tem por objetivo apresentar o crescimento do comércio eletrônico no Brasil dentro de uma perspectiva schumpeteriana, apontando os impactos causados na economia brasileira.

Revisão Bibliográfica

De acordo com Passos; Lopes (2005), para que uma nação se desenvolva e permaneça em constante crescimento é necessário que haja capacidade de geração de inovações tecnológicas. O economista Joseph Schumpeter foi um dos primeiros defensores desta vinculação entre o desenvolvimento de um país e sua capacidade inovativa. Sua importância para a teoria econômica contemporânea é tão marcante que atualmente uma das mais promissoras correntes em economia é chamada de neo-schumpeteriana.

O pensamento econômico schumpeteriano está fundamentado na incorporação de inovações ao sistema econômico, isto é, as mudanças econômicas são resultados das interações e impactos, por exemplo, das inovações tecnológicas no sistema econômico. Schumpeter considera a mudança tecnológica como sendo a base para o desenvolvimento do capitalismo, enxergando nas empresas a possibilidade do empresário inovar e desenvolver novos produtos, alterando as condições prévias de equilíbrio da economia. (PULZ, 2011)

O surgimento e o desenvolvimento da internet é um exemplo atual deste processo. Seu advento provocou mudanças profundas em toda a economia. Nas comunicações, no comércio, na forma de organização da produção, na geração e transmissão do conhecimento as mudanças são substanciais. Desde o surgimento da internet o comércio evoluiu e modificou-se para o que se chama de comércio eletrônico. Esse processo trouxe grandes modificações na forma como interagimos na sociedade. (SOARE; JUNIOR, 2010).

Material e Métodos

A metodologia utilizada no trabalho foram pesquisas bibliográficas em livros, artigos, revistas científicas e monografias relacionadas ao tema.

Conclusões

⁶⁰ Acadêmica do curso de ciências econômicas da Universidade Estadual de Goiás- UnUCSEH - Anápolis(GO)

⁶¹ Professora do curso de ciências econômicas da Universidade Estadual de Goiás- UnUCSEH - Anápolis(GO)

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE CIÊNCIAS SÓCIO-ECONÔMICAS E HUMANAS DE ANÁPOLIS
VII SEMINÁRIO DE PESQUISA DE PROFESSORES E
VIII JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNUCSEH
05 A 07 DE NOVEMBRO DE 2012

A origem do comércio eletrônico no Brasil foi possível graças ao acesso de novas tecnologias, proveniente de uma nova era capitalista, constituída de inovações. Um novo padrão de acesso à tecnologia é espalhado por toda a sociedade, onde a informação intensiva transforma hábitos de pesquisa, consumo e investimento.

Dessa forma percebe-se a grande influência do comércio eletrônico no ambiente econômico brasileiro e sua contribuição para o crescimento e desenvolvimento do mesmo.

Referência Bibliográfica

PASSOS, M. O; LOPES, M. V. *Schumpeter e Comércio Eletrônico no Brasil*. Cadernos da escola de negócios da UniBrasil, Jan/dez 2005. Disponível em: <<http://apps.unibrasil.com.br/revista/index.php/negociosonline/article/view/563/481>> Acesso: 24 set 2012.

PULZ, E. *Comércio Eletrônico no Brasil nos anos 2000. Consequências do seu expressivo crescimento sobre o dia a dia dos consumidores e empresas*. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/34841/000782995.pdf?sequence=1>. Acesso 12 set 2012.

SOARES N. N; LUNIOR I. P. G. *O comércio eletrônico como estratégia de competitividade e marketing diante da globalização*. Revista de Administração, 2010. Disponível em: <<http://www.publicacoesfadba.com.br/index.php/revistadm/article/download/134/122>> Acesso em: 2 out 2012.