



XXV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

22 E 23 DE OUTUBRO DE 2018



SERVIÇO VIRTUAL: ANÁLISE DA DIMENSÃO E POSSÍVEIS TENDÊNCIAS PARA ESSE TIPO DE PLATAFORMA

Márcia Cristina Teixeira¹

Ana Paula Quadras²

Juliane Brizola Barbosa³

Palavras-chave: Serviço Virtual. Crescimento. Perspectiva.

Na atualidade, o público se dispõe a pagar pelo acesso à serviços de música como, Spotify; Deezer; Apple Music, bem como a utilização de outros aplicativos como Uber, Nubank, Netflix, Airbnb. O que se tem em comum entre esses tipos de serviço é a praticidade e comodidade para seus usuários, desde ao adquiri-los até na solução de problemas. Esses líderes do setor são, muita das vezes, lançadores de tendências, como no caso do Nubank, cartão de crédito totalmente digital que ficou famoso, não só pelo fato de apresentar propostas únicas que bancos convencionais não conseguiriam cobrir, como também pelo atendimento humanizado e de rápido acesso, de modo a justificar o massivo interesse em ser aceito pelo “roxinho”, como a marca se autodenomina, principalmente por parte dos jovens. Logo, atitudes que geram valor e desenvolvem a satisfação, faz com que sejam a primeira opção dos clientes. Em consequência, auxilia na fomentação do comércio virtual, de forma a refletir no mercado, estando lado a lado com grandes empresas físicas. Por essas e outras razões, há uma necessidade em analisar e saber o porquê essa categoria se encontra em grande expansão. Sua elaboração se dá através de pesquisa feita em recursos online, embasada em autores como Juracy Parente e entrevistas com colaboradores de empreendimentos nesse setor, tais como a respeitada startup mineira Hotmart e o DeliveryMuch recentemente implantado em Ji-Paraná - RO, de modo a compreender a rápida conquista de mercado por parte dessa ferramenta e quais suas prováveis tendências para o futuro. De acordo com pesquisas parciais, pode-se observar que há o aumento contínuo da procura e uso desses serviços disponibilizados virtualmente. Mesmo havendo dificuldades na economia do país, as pessoas estão comprando cada vez mais, pelos benefícios que esse tipo de serviço oferece. Segundo dados informados pelo E-bit, em 2017, o e-commerce faturou R\$21 bilhões no primeiro semestre, crescimento nominal de 7,5% referente ao mesmo período de 2016. Sendo essa, uma realidade prevista para os próximos anos para a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), que projeta crescimento de 15% e faturamento de mais de 69 bilhões de reais em 2018. O uso constante da internet tornou-se uma estratégia para as empresas, pois o percentual de consumidores virtuais ativos, na internet, chegou a 20% da população brasileira. Conclui-se desse modo, que as empresas físicas que não estendem seus serviços para essa plataforma devem considerá-lo como uma ameaça, pois o setor de serviços virtuais têm previsão de crescimento contínuo. Envolto por um cenário otimista, os serviços virtuais terão vantagens competitivas, em vista que as gerações vigentes têm propensão maior em aceitar e usufruir dos mecanismos cibernéticos.

PARENTE, Juracy; BARKI, Edgar. **Varejo No Brasil – Gestão e Estratégia**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2014.

FELIPINI, Dailton. **Empreendedorismo na Internet, o momento é agora**. Disponível em: <http://www.e-commerce.org.br/artigos/empreendedorismointernet.php> Acesso em 05 de agosto de 2018 às 15h44min.

SEBRAE NACIONAL. **4 Tendências que Guiam o Mercado de Serviços em 2017**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/4-tendencias-que-guam-o-mercado-de-servicos-em-2017,c7bd4c2549a9d510VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso em 05 de agosto de 2018 às 16h01min.

¹ Mestre orientadora do curso de Administração do CEULJI/ULBRA. E-mail – marcia.foganca@gmail.com

² Acadêmica do curso de Administração CEULJI/ULBRA. E-mail – anapaulaquadras038@gmail.com

³ Acadêmica do curso de Administração CEULJI/ULBRA. E-mail – juju_brizola@hotmail.com