

Desenvolvimento Loja Online para Editoras Edições P. PORTO

Hugo Correia¹ e Mariana Malta^{1,2,3}

¹Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, Politécnico do Porto

²CEOS - Politécnico do Porto

³Centro Algoritmi - Universidade do Minho

Resumo

Com a evolução da tecnologia as empresas cada vez mais têm de ter capacidade de adaptação ao mundo digital, e, conseqüentemente, sentem necessidade de expandir os seus negócios para a internet com o objetivo de aumentar as suas vendas e atingir novos consumidores.

Perante este desenvolvimento digital, o P.PORTO sentiu a necessidade de apresentar os seus produtos a nível online para atingir mais possíveis clientes. Para colmatar esta lacuna, a instituição propôs o desenvolvimento de uma loja online para apresentar e vender as obras da sua editora.

Este artigo tem como objetivo apresentar as hipóteses e respostas para esta proposta. Primeiramente, é importante falar de negócio eletrónico e conceitos como por exemplo Content Management System e Open-Source para que tenhamos conhecimento teórico acerca das plataformas existentes.

Para que consigamos atingir resultados eficientes será necessário usar o action research como abordagem metodológica com o objetivo de verificar os requisitos do P.PORTO. Contudo, também será necessário fazer o levantamento das necessidades da instituição e, para que isto seja possível, iremos utilizar a técnica da entrevista para obter informação por parte dos intervenientes.

Palavras-chave: Content Management System, Open-Source, Loja Online, Negócio eletrónico

Introdução

Segundo Elrhim & Elsayed (2020) a pandemia do COVID-19 fez com que os consumidores comprassem on-line já que o confinamento impediu que a população frequentasse lojas físicas. A World Trade Organization (WTO) (2020) salientou que o negócio eletrónico poderá ser um processo de compra e venda crucial, não só para os consumidores, mas também para os negócios pequenos visto que torna a economia mais competitiva.

Neste contexto, o P.PORTO detetou a necessidade de ter mais um canal de divulgação e venda dos seus projetos, ou seja, através do comércio eletrónico poderia alavancar as suas editoras e apresentar, não só de forma física, mas também online, as suas obras e autores. Até ao momento, a informação prestada pelo P. PORTO baseia-se na pretensão de criar uma loja online e um manual de apoio para a instituição.

Com este projeto pretendemos dar resposta às seguintes hipóteses:

- 1.Fazer levantamento de necessidades;
- 2.Definir os requisitos para desenvolver a loja online;
- 3.Criação do site e da loja online integrada;
- 4.Avaliação dos processos realizados;

Relativamente, a abordagem metodológica iremos utilizar o action research pois permite ao investigador obter informação da instituição e criar ações para causar impacto dentro da mesma (Lewin, 1946).

Este artigo tem como objetivo apresentar a proposta do projeto de mestrado de negócio eletrónico e definir a problemática em questão. Posteriormente, e, para que consigamos atingir resultados, iremos debruçar-nos na abordagem metodológica e técnica a serem utilizadas, que neste caso será o action research e entrevista.

Por último, será feito o levantamento das questões éticas a ter em consideração com o objetivo de não falhar, não só como profissional, mas também como pessoa individual e íntegra.O presente artigo está formulado para que o leitor consiga compreender o conceito de comércio eletrónico, quais as plataformas existentes e relevantes para o projeto e, para finalizar a parte teórica, uma comparação entre as três principais plataformas com o propósito de ser definida a mais apropriada para a loja das editoras do P. PORTO. Por último, é feita uma discussão, em que interliga o conteúdo teórico e prático, com o objetivo de dar o parecer e fundamentar toda a informação recolhida e apresentada.

Contextualização

As editoras do P. PORTO

surgiram da vontade de divulgar autores, promotores e tradutores que integrem a comunidade Politécnico do Porto, segundo critérios editoriais definidos. Têm por função a edição bibliográfica, discográfica e eletrónica de conteúdos editoriais que traduzam e ampliem a missão cultural do P.PORTO, sejam estes de natureza, científica, técnico-científica, ensaística, literária, poética, artística, cultural, musical e visual. Com o objetivo de estimular e promover o desenvolvimento do ensino e da investigação, a atividade editorial divulga externamente a identidade própria do P. PORTO formando um papel capital no eixo da atividade cultural, configurando-se como um meio de comunicação privilegiado entre a comunidade académica e a sociedade. (IPP, s.d.)

Dado estas editoras apenas venderem as suas obras através da venda local, surgiu a necessidade de criar um site com uma loja online integrada, de forma a conseguir vender e alcançar possíveis clientes sem haver a necessidade de se deslocar a um local para adquirir uma destas obras.

Sendo assim, o objetivo central será desenvolver uma loja online para vender estes artigos para dar a conhecer a coleção de obras e a criação de um manual de apoio a ser utilizado pela equipa que irá ficar responsável pela gestão e logística deste negócio.

Segundo a Influencer MarketingHub (2021), um gestor de negócio eletrónico deverá considerar as seguintes características – fácil utilização, processo de pagamento, analytics, otimização para SEO, otimização para dispositivos móveis, integrações e aplicações, suporte e por último, preço.

A escolha da plataforma a ser utilizada só será possível após a análise do problema e necessidades com o cliente. Para que esta escolha seja viável, é imperativo a aplicação da entrevista junto dos profissionais para que tenhamos uma recolha de informação e, posteriormente, em conjunto com o cliente, definir qual a plataforma a ser utilizada.

Discussão

Existem três tipos de metodologia que são a qualitativa, a quantitativa e a mista. Após uma pesquisa acerca das metodologias referidas anteriormente, consideramos que a qualitativa era a mais apropriada para a nossa investigação, isto porque a metodologia qualitativa consiste numa pesquisa científica que tem como objetivo responder questões do investigador através de procedimentos pré-definidos para recolher informações. Os métodos qualitativos são, no geral, mais flexíveis, isto porque o participante do estudo poderá responder livremente às questões, ou seja, as respostas não são apenas sim ou não o que origina uma interação informal entre o investigador e o participante (Mack et al., 2005).

Dado o objeto de estudo consideramos que o action research será uma abordagem fundamental para conseguir atingir e validar resultados na instituição. Lewin (1946) refere que o action research é uma abordagem que relaciona a prática com a teoria, permitindo assim a atuação do investigador no sistema, ou seja, o investigador interliga o conhecimento teórico e crítico com a investigação prática.

Susman e Evered (1978) salientam que esta abordagem demanda de um processo cíclico de cinco fases. Primeiramente requer o estabelecimento de uma infraestrutura de sistema cliente que no caso deste projeto será as Editoras Edições do P.Porto.

A infraestrutura legítima não só as ações com a expectativa expressa de que, eventualmente, se revelarão benéficas para a instituição, mas também deve definir as responsabilidades do cliente e dos investigadores entre si. Um aspeto fundamental da infraestrutura é a natureza colaborativa da empresa, ou seja, os investigadores trabalham em colaboração com os profissionais que estão inseridos dentro do sistema.

Tal como referido anteriormente, Susman e Evered (1978) dão ênfase ao processo cíclico de cinco fases. Deste modo, e, com base nos autores supramencionados, irei detalhar os cinco pontos relevantes deste processo relacionando com o projeto em questão, ou seja, interligar a teoria com a prática.

1. **Diagnóstico:** Corresponde à identificação dos principais problemas que são as causas da mudança da instituição. O diagnóstico envolve a autointerpretação do problema organizacional, não por meio de redução e simplificação, mas de forma holística. Este diagnóstico irá desenvolver certas suposições teóricas, ou seja, uma hipótese de trabalho sobre a natureza da instituição e o domínio do problema.

No projeto em questão, utilizaremos a entrevista para fazer um levantamento das necessidades principais para a criação do site junto dos profissionais que irão ficar responsáveis.

2. Plano de Ação: Os profissionais da empresa colaboram nesta etapa para delinear o planeamento. Esta atividade especifica ações organizacionais que devem melhorar os principais problemas. As informações recolhidas das ações planeadas são anotadas de forma a usar como indicadores para o futuro desejado para a instituição e quais são as mudanças necessárias. O plano de ação estabelece a meta e a abordagem para a mudança.

No que diz respeito às editoras, o plano de ação irá incluir os resultados das entrevistas realizadas na etapa anterior. Consequentemente, servirá de base para definir os processos e os requisitos para a criação do site e a loja online integrada. Ainda nesta fase, será criado um guia de normas e utilização da plataforma que poderá resultar em algumas horas de formação às pessoas que ficarão responsáveis pelo site.

3. Ação tomada: Nesta fase é implementado o plano de ação anteriormente referido. Os profissionais colaboram na intervenção ativa na instituição permitindo que certas mudanças sejam realizadas, através de várias formas de estratégia de intervenção.

Nesta etapa, e, após a recolha de dados, iremos dar início a criação do site com a loja online integrada. Contudo, caso não seja possível concluir o site, iremos realizar um manual de apoio para auxiliar os profissionais responsáveis pelo site.

4. Avaliação: Após a conclusão das ações os investigadores avaliam os resultados. A avaliação inclui determinar se os efeitos teóricos da ação foram realizados e se causou efeitos positivos nos problemas. Caso exista melhorias na instituição, a avaliação deve questionar criticamente se a ação realizada foi a única causa do sucesso. Se a mudança não tiver sucesso, alguma das fases anteriores deve ser ajustada na próxima interação da ação para ser estabelecido um próximo ciclo de pesquisa.

Sendo assim, é fundamental avaliar o que já foi feito na instituição e verificar os efeitos da ação. Deve-se realizar um novo processo cíclico caso os efeitos não tenham causado alterações.

Em relação à interligação entre teoria e prática é possível afirmar que neste projeto será feita a avaliação e validação dos resultados. Porém apenas será feito um processo cíclico, visto que se trata de um projeto de mestrado.

5. Especificar aprendizagem: Formalmente a atividade de especificar a aprendizagem é realizado por último, porém é considerado um processo contínuo. O conhecimento adquirido no

action research, quer a ação seja bem-sucedida, quer mal-sucedida, pode ser orientado em três momentos:

Numa primeira instância, podemos designar de "aprendizagem de ciclo duplo", ou seja, a reestruturação das normas organizacionais refletem num novo conhecimento ganho pela instituição durante a pesquisa.

Em segundo lugar, onde a mudança não foi bem-sucedida, o conhecimento adicional pode fornecer bases para o diagnóstico nas futuras intervenções do action research.

Por último, o sucesso ou fracasso da estrutura teórica fornece conhecimento importante para a comunidade científica para lidar com futuras configurações de pesquisa.

O ciclo do action research pode prosseguir, independentemente da ação ser bem-sucedida ou não, com o objetivo de desenvolver mais conhecimento sobre a instituição. Como resultado dos estudos, a instituição aprende mais sobre a sua natureza e ambiente.

Relativamente ao projeto em questão, é pertinente referir que esta etapa não será, de todo, abordada por nós, visto que ela é considerada uma mais-valia a longo prazo ou até de forma contínua tal como já foi referido. Contudo, consideramos esta etapa uma das mais relevantes porque é a partir daqui que os profissionais irão adquirir conhecimentos importantes para implementar na prática.

De forma a conseguirmos executar o action research é necessário utilizar técnicas de investigação. Após alguma pesquisa selecionamos a entrevista como técnica para a recolha de dados. Boni & Quaresma (2005) referem que existem vários tipos de entrevistas, ou seja, “a entrevista estruturada, semi-estruturada, aberta, entrevistas com grupos focais, história de vida e também a entrevista projetiva” (p. 72).

Para este trabalho e a pensar à posteriori, ou seja, na dissertação de mestrado, consideramos a entrevista semiestruturada a mais indicada para a investigação, isto porque nesta técnica existem tanto perguntas abertas como fechadas e, conseqüentemente, o entrevistado poderá divagar nas suas respostas, fornecendo, indiretamente, informação útil. Relativamente ao entrevistador, este deverá elaborar um guião com um conjunto de questões para servir de fio condutor no decorrer do diálogo entre o entrevistador e o entrevistado e, caso seja necessário, este deverá direcionar a conversa para o que de facto interessa para a sua investigação (Boni & Quaresma, 2005).

Segundo Fontana e Frey (1994) a entrevista não é uma técnica tão simples quanto parece, pois, “fazer perguntas e obter respostas é uma tarefa muito mais difícil do que parece à primeira vista” (p.361). Em contrapartida, os autores supramencionados referem que “entrevistar é uma das formas mais comuns e poderosas de tentar compreender outros seres humanos” (p.361). Stake (1999, citado por Meirinhos e Osório, 2010) afirmam que a entrevista é uma mais-valia na investigação pois é uma técnica que consegue captar diversas perspetivas acerca de uma mesma realidade.

Ainda no decorrer das entrevistas o entrevistador deverá organizar os depoimentos consoante o seu interesse, isto porque o material recolhido irá tornar-se cada vez mais volumoso e consistente. No fim, se o investigador continuar com dúvidas em relação a algum assunto ou, se necessário, recolher novas informações, este deverá realizar novas entrevistas para esclarecer alguns aspetos (Duarte, 2002).

Segundo Flick (2004, citado por Meirinhos e Osório, 2010) as entrevistas semiestruturadas têm sido cada vez mais utilizadas nas investigações, isto porque os investigadores creem que, através desta técnica, o entrevistado está mais suscetível a expressar o seu ponto de vista, invés dos típicos questionários ou entrevistas estandardizadas. O autor supramencionado refere que uma das vantagens deste tipo de entrevista, ou seja, a semiestruturada, é que estas não limitam a visão do entrevistado, ou seja, este poderá responder livremente. Outra vantagem da entrevista semiestruturada é que as perguntas não têm uma ordem, isto é, o entrevistador coloca as questões quando considerar que é o momento mais conveniente e, também, conforme as respostas do entrevistado (Meirinhos e Osório, 2010).

Em contrapartida, também existem desvantagens, isto é, segundo Júnior & Júnior (2011) “a entrevista, por si só, não garante a fidelidade dos dados e informações coletadas” (p. 242) e, por este motivo, o investigador deverá utilizar outras técnicas para apoiar o seu estudo visto que só assim o seu trabalho poderá ser fidedigno. O autor supramencionado refere que a entrevista tem algumas limitações e que em alguns momentos poderá ser a menos exequível relativamente a outras técnicas.

Conclusão

Após a análise das plataformas de E-Commerce foi possível verificar que um Open-Source CMS será o mais adequado para o projeto em questão visto que existe uma vasta personalização e flexibilidade para expandir o site, ou seja, permite desenvolver outros tipos de conteúdos para as editoras para além da loja online.

Na minha ótica e após uma análise detalhada concluí que o WooCommerce será a melhor alternativa visto que, para além de ser um plug-in de E-Commerce do Wordpress, também possibilita a que seja aprofundado não só a questão da loja online, como também a questão do gestor de conteúdos, ou seja, é possível desenvolver várias páginas no site para além da loja como por exemplo criar páginas mais atrativas e do interesse do consumidor, abordar a instituição em questão, os autores e conteúdos audiovisuais e, pensando mais além, criar um blogue.

Quanto abordagem metodológica vista que irá tratar de uma implementação numa organização, o action research é a metodologia mais indicada dado haver intervenientes da empresa que irão participar com observações que serão uma mais-valia para o desenvolvimento do site. O facto de ser um trabalho mais prático permite esta metodologia ajudar através de algumas etapas solucionar o problema existente.

Referências

- Boni, V. & Quaresma, S. J. (2005). Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Em Tese*, 2 (1), 68-80.
- Crowther, D., & Aras, G. (2008). *Corporate Social Responsibility*. London: Book Boon.
- Duarte, R. (2002). Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo. *Cadernos de Pesquisa*. 115, 139-154.
- Elrhim, M. A. & Elsayed, A. (2020). The Effect of COVID-19 Spread on the e-commerce market: The case of the 5 largest e-commerce companies in the world. SSRN. 1-14. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3621166>
- Fontana, A. & Frey, J. H. (1994). Interviewing: the art of science. 361-376. In N. Denzin & Y. Lincoln, *Handbook of qualitative research*. Newsbury Park: Sage.
- Gouveia, C. M. J. (2018). *Ética de Marketing: influência das práticas não-éticas no comportamento de compra do consumidor face aos testes em animais na indústria cosmética : estudo do caso – L’Oréal*. Escola Superior de Gestão e Tecnologia, Santarém.
- Influencer MarketingHub (2021). 10 of the Best eCommerce Platforms for 2021 Compared & Rated. Retirado de <https://influencermarketinghub.com/best-ecommerce-platform/>
- IPP. (s.d). Edições P. PORTO. Retirado de <https://www.ipp.pt/comunidade/cultura/edicoes-pporto>
- Júnior, A. F. B. & Júnior, N. F. (2011). A utilização da técnica da entrevista em trabalhos científicos. *Evidência*, 7 (7), 237-250.
- Lewin, K. (1946). Action research and minority problems. *Journal of Social Issues*, 2, 34-46.
- Mack, N., Woodson, C., MacQueen, K. M., Guest, G. & Namey, E. (2005). *Qualitative research methods: a data collector's field guide*. North Carolina: FLI USAID.
- Meirinhos, M. & Osório, A. (2010). O estudo de caso como estratégia de investigação em educação. *EDUSER: revista de educação*, 2 (2), 49-65.
- Susman, G. I. & Evered, R. D. (1978). An assessment of the scientific merits of action research. *Administrative Science Quarterly*, 23(4), 582-603.
- World Trade Organization (2020). E-commerce, trade and the covid-19 pandemic. Retrieved from https://www.wto.org/english//tratop_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf