

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL JARAGUÁ
3º JD LOGISTICA

Adriel Pintinha Dos Reis
Daniele Dos Santos
Gabriel Machado Amorim
Rafael Duarte
Robert De Jesus Souza

**O IMPACTO DA PANDEMIA COVID-19 NA DISTRIBUIÇÃO LOGÍSTICA E
DO E-COMMERCE**

São Paulo
2023

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL JARAGUÁ
3º JD LOGISTICA

Adriel Pintinha Dos Reis
Daniele Dos Santos
Gabriel Machado Amorim
Rafael Duarte
Robert De Jesus Souza

**O IMPACTO DA PANDEMIA COVID-19 NA DISTRIBUIÇÃO LOGÍSTICA E
DO E-COMMERCE**

Desenvolvo esse trabalho pela instituição
Etec Jaraguá para a elaboração de um
estudo de caso em projeto de e-
commerce durante a pandemia.

Orientador (a): Andréia de Freitas
Orientador (a) Fabiana Moreira

São Paulo
2023

RESUMO

Em virtude a pandemia do COVID-19 diversos setores do comercio em geral tiveram que ser fechados, ocorrendo milhares de prejuízos para os vendedores , empresas e afins limitando consumidores de comprarem o que precisasse naquele momento e por um período sem data de retorno, com isso as compras por comercio eletrônico (site, aplicativo) teve um aumento muito extenso, fazendo com que empresas que não tinham um conhecimento em logística acabassem tendo um prejuízo maior, porém isso fez com que as empresas enxergassem a logística com outros olhos e criassem um novo método para não fecharem as portas ou que não ficassem tanto no prejuízo. Tornando assim todas as medidas necessárias para evitar aglomerações; com os estabelecimentos fechados, como o consumidor iria comprar alimentos, produtos de higiene, roupas, medicamentos e afins. Sem dúvidas as empresas tiveram que incrementar o e-commerce sendo assim tornando o meio mais seguro de consumo atualmente na pandemia. A logística e o e-commerce aliaram-se Uniformemente para sanar de maneira definitiva as lacunas e rombos abertos pelo cenário pandêmico, tornando-se estratégia primordial principalmente na área de atacado e varejo. Com certeza essa junção deu muito certo e o resultado além das expectativas esperadas, sem dúvidas este setor é o mais lucrativo e facilita a vida de consumidores e vendedores dê de que tenha uma logística eficaz.

Palavras-chave: Logística. E-commerce. Pandemia

Summary

Due to the COVID-19 pandemic, several sectors of commerce in general had to be closed, causing thousands of losses to sellers, companies and the like, limiting consumers from buying what they needed at that time and for a period without a return date, with that purchases via electronic commerce (website, app) had a very extensive increase, causing companies that did not have knowledge in logistics to end up having a greater loss, but on the other hand, it made companies see logistics with different eyes and create a new method so they don't close their doors or that they don't get so much at a loss. Thus making all the necessary measures to avoid crowds, with closed establishments, how the consumer would buy food, hygiene products, clothes and medicines and the like. Without a doubt, companies had to increase e-commerce, thus making it the safest means of consumption currently in the pandemic, logistics and e-commerce have uniformly allied themselves to permanently remedy the gaps and gaps opened by the pandemic scenario, making it Primordial strategy mainly in the wholesale and retail area. This merger certainly worked out very well and the result went beyond the expected expectations, without a doubt this sector is the most profitable and makes life easier for consumers and sellers since it has effective logistics.

Keywords: Logistics. E-commerce. Pandemic

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
2. CONCEITO DA LOGÍSTICA.....	8
3. OBJETIVO	9
3.1 OBJETIVO ESPECÍFICO	9
3.2 JUSTIFICATIVA	10
4. PANDEMIA	10
4.1 COVID.....	11
4.2 COMO SURTIU	11
4.3 QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS VARIANTES DA COVID-19.....	12
4.4 QUANTAS MORTES OCORRERAM NA PANDEMIA	13
5. O QUE É E-COMMERCE	15
5.1 QUAL O IMPACTO DA PANDEMIA COVID PARA E-COMMERCE	16
5.2 CRESCIMENTO DO E-COMMERCE NO BRASIL.....	16
5.3 TIPOS DE E-COMMERCE.....	17
5.4 O QUE MUDOU DO E-COMMERCE COM A PANDEMIA.....	18
5.5 QUAIS EMPRESAS SE BENEFICIARAM COM O E-COMMERCE	19
5.7 EMPRESAS PREJUDICADAS NA PANDEMIA	20
5.8 NOVA FASE DAS EMPRESAS.....	20
6. LOGÍSTICA E E-COMMERCE	21
6.1 QUAL A IMPORTÂNCIA DA LOGÍSTICA NO E-COMMERCE	21
6.2 COMO TER UMA BOA LOGÍSTICA NO E-COMMERCE	22
6.3 COMO FUNCIONA O E-COMMERCE NA PRÁTICA	23
6.4 VANTAGENS DO E-COMMERCE NO CENÁRIO DE COMPRA.....	23
6.5 DESVANTAGENS DE COMPRAR ON-LINE	25

8. PROBLEMÁTICA.....	26
8.1 FALTA DE CONFIANÇA DOS CLIENTES.....	26
8.2 AUSÊNCIA NO RECEBIMENTO	26
8.3 ÍNDICE DE FRAUDES	27
8.4 FRETE CARO	28
8.5 RESULTADOS OBTIDOS:.....	29
9. PESQUISA DE CAMPO	30
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	35
11. REFERÊNCIAS	36

1. INTRODUÇÃO

O crescimento do e-commerce tem se mantido constante mesmo em anos desafiadores. Este estudo tem o intuito de apresentar registros sobre a evolução do comércio eletrônico, dando visibilidade às variações de maior destaque antes e depois da pandemia, com base em dados secundários.

Por meio das mídias digitais, atualmente é possível fazer diversas tarefas, dentre elas as compras, sendo estas de qualquer natureza. Com a compra e venda também sendo realizados pela internet muitos consumidores passou a se conectar mais e a pesquisarem produtos que lojas virtuais disponibilizam e assim chegando a um melhor preço e uma variedade maior de produtos no conforto de sua casa. Com a pandemia, essa realidade foi ainda mais aumentada na medida em que, em isolamento social, as pessoas não tinham outras formas de se comunicar. E as empresa tiveram de se reinventar, adotando as plataformas digitais como forma de aumentar suas vendas.

Com o avanço da tecnologia a logística junto ao e-commerce não poderiam ficar de fora e facilitando compras pela internet, com prazo, qualidade, preço conforme esperados de seus clientes. Foi muito importante a ligação da logística no e-commerce porque ajudou muito os clientes em suas decisões, já que está ligada diretamente ao valor do frete e entrega do prazo

Hoje as empresas buscam fornecer a seus consumidores o melhor jeito de agradá-los, por exemplo as promoções onde o produto fica disponível a todo momento. As lojas virtuais vieram para fazer uma mudança no modo de compra e venda, pois hoje, a maioria das coisas pode ser feita através da internet, como pagamento de contas, visualização de conta corrente, transações, envio de documentos, entre outros. Por isso muitas organizações estão optando pelo e-commerce, onde seus produtos e serviços estarão disponíveis 24 horas por dia, com menor custo, e trazendo clientes de todo o mundo, pois o site é disponível para qualquer pessoa de qualquer lugar. As empresas precisam estar atualizadas com as inovações em tecnologias básicas de produtos e processos para que possam ser competitivas.

A logística é parte fundamental de qualquer negócio e com uma loja online não é diferente. Um aspecto importante da logística para e-commerce é a preocupação

com a organização e crescimento do negócio. É inevitável que a logística em sua essência esteja entrelaçada com o método estratégico mais eficiente no contexto atual. Uma logística bem organizada no e-commerce é sempre fundamental para contribuir com a melhoria da empresa, e da experiência do cliente com prazo de entrega, frete e qualidade do produto.

2. CONCEITO DA LOGÍSTICA

Logística é um termo de origem grega que significa contabilidade e organização, a logística também vem do Francês “logistique” que significa uma arte para se tratar de planejamento e realização de vários projetos que é bastante utilizado em época de guerras. Logística também é utilizada como parte da álgebra e lógica matemática. Inicialmente a logística se iniciou como parte da arte dos militares sendo utilizado na guerra como a área que cuidava do planejamento de vários itens importantes como: Distribuição, armazenamento e manutenção de diversos tipos de matérias; alimentos, saúde, transportes e entre outros.

A logística empresarial é um departamento responsável pela gestão das matérias, é conhecida como uma das partes mais importante das empresas. A logística administra recursos financeiros e materiais, planejando a produção, o armazenamento, transporte e distribuição desses materiais.

A logística de produção possui amplo alcance na organização. Isso porque acompanha desde o início do processo, que é quando a matéria-prima é transformada no produto, até a distribuição dos itens fabricados.

A logística de distribuição é o modelo que tem maior contato com o consumidor, já que é quem cuida do planejamento das entregas. Vale ressaltar que, aqui, também são consideradas as vendas on-line.

A logística de suprimentos pode-se ser entendida como a responsável pela demanda e oferta, já que é a encarregada de ter os suprimentos necessários para a produção do artigo. Nesta etapa, é importante que sempre se busque meios de agilizar o processo e a redução dos custos operacionais.

A logística reversa (LR) é um ramo da logística que remete para a movimentação de determinado produto desde o ponto de consumo até o ponto de produzido, recolhe se alguns tipos de lixo reciclável (por exemplo garrafas pets) e reaproveitar alguns resíduos sólidos diminuindo a necessidade de utilizar a matéria prima, reduzindo o impacto ambiental. Outros exemplos que poderíamos usar seria os serviços dos correios na remessa de documentos e mercadorias em devolução.

Segundo o livro Gestão Logística, escrito por Rodrigo de Alvarenga, (2012,pag 15) a logística é definida como a colocação do produto certo, na quantidade certa, no lugar certo, no prazo certo, na qualidade certa, com a documentação certa, ao custo certo, produzindo no menor custo, da melhor forma, deslocando mais rapidamente, agregando valor ao produto e dando resultados positivos aos acionistas e clientes. Tudo isso respeitando a integridade humana de empregados, fornecedores e clientes e a preservação do meio ambiente.

3. OBJETIVO

Nosso objetivo com esse trabalho é demonstrar o comportamento do e-commerce nas empresas antes, durante e após a pandemia e quais estratégias adotadas nas mudanças de perfil por parte do consumidor e vendedor no mercado digital. De forma que os consumidores e empresários possam analisar as inúmeras oportunidades e desafios que envolvem as relações comerciais que atuam neste setor.

Queremos mostrar para as pessoas que mesmo diante de um cenário pandêmico, podemos usar a ferramenta de e-commerce para ter por exemplo, mais facilidade na hora de comprar produtos ou serviços e conseqüentemente melhoria de qualidade de vida, já que muitas pessoas sentiram receio de se expor durante a pandemia.

3.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

Mostrar através de uma maquete a mudança que o e-commerce teve nas empresas. E a facilidade que tivemos com a evolução das comprar online.

3.2 JUSTIFICATIVA

Por conta da pandemia que afetou a tudo e todos nos últimos 4 anos, houve mudanças irreparáveis na nossa sociedade, onde mudaram-se métodos de trabalho, estudo e estilos de vida. Com isso, tivemos que nos adaptar à uma nova realidade, onde fomos forçados a conviver distante de pessoas, onde os costumes corriqueiros que havia no passado, teriam de ser abandonados.

A internet que hoje é uma ferramenta que agrega, e facilita a informação a todos em nosso dia a dia, possibilita meios de trabalho que dentro do cenário pandêmico, foram de suma importância para nossa sociedade. A plataforma de e-commerce por exemplo, disponibilizou novos métodos de venda e compartilhamento de mercadorias, para que empreendedores e empresas tenham mais liberdade e conforto na hora de compartilhar seus itens a venda.

4. PANDEMIA

Uma doença torna-se uma pandemia quando atinge um nível global, ou seja, quando um patógeno se espalha por diferentes países ou continentes, geralmente afetando um grande número de pessoas. A Organização Mundial da Saúde (OMS) é responsável por definir quando uma doença se torna uma ameaça global. Uma pandemia pode começar como um surto ou uma epidemia, ou seja, um surto, uma epidemia e uma pandemia têm a mesma origem, o que muda é a escala em que a doença se espalha.

Um surto ocorre quando o número de casos de uma doença aumenta localmente. Surtos de doenças podem ocorrer mesmo dentro de hospitais, por exemplo, de infecções hospitalares.

As epidemias, por sua vez, ocorrem quando o número de casos da doença aumenta em diferentes regiões, estados ou cidades, mas não atinge níveis globais. Em 1974, uma epidemia de meningite com grande aumento no número de casos, mas no Brasil. Uma endemia ocorre quando uma doença se repete em uma área sem um aumento significativo no número de casos ou na população. A dengue é endêmica no Brasil porque ocorre durante o verão em algumas áreas.

Segundo o dicionário, pandemia significa uma epidemia generalizada. Para a Organização Mundial da Saúde (OMS), uma pandemia é a disseminação mundial de uma doença, ou seja, a disseminação de uma doença em vários países, com transmissão contínua de pessoa para pessoa.

Segundo BBC News Brazil (2020,p.03) o médico Drauzio Varella deu uma entrevista que analisou a evolução da covid-19 e disse que a pandemia poderia resultar numa "tragédia nacional".

4. 1 COVID

Os coronavírus são uma grande família de vírus comumente encontrados em muitas espécies diferentes de animais, incluindo humanos, camelos, gado, gatos e morcegos. Os coronavírus de animais raramente infectam pessoas e depois se espalham de pessoa para pessoa, como MERS-CoV e SARS-CoV-2. Até o momento, o hospedeiro selvagem do SARS-CoV-2 não foi identificado.

SARS-CoV-2 é um betacoronavírus que foi detectado em amostras de líquido de lavagem broncoalveolar de pacientes com pneumonia de etiologia desconhecida em Wuhan, província de Hubei, China, em dezembro de 2019. Pertence ao subgênero Sarbecovirus da família Coronaviridae e é o sétimo coronavírus conhecido por infectar humanos.

Segundo o Ministério da Saúde, a Covid-19 é uma infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, potencialmente grave, altamente transmissível e de distribuição global.

4. 2 COMO SURTIU

Em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi informada de vários casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei, República Popular da China. Um novo tipo de coronavírus que nunca foi encontrada em humanos antes. Uma semana depois, em 7 de janeiro de 2020, as autoridades chinesas confirmaram a descoberta de um novo tipo de coronavírus. Eles são a segunda principal causa do resfriado comum depois dos rinovírus e, até décadas recentes, raramente causavam doenças humanas piores do que o resfriado comum.

Um total de sete coronavírus humanos (HCoV) foram identificados. A pandemia de covid-19 foi classificada como tal pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em março de 2020, três meses após a identificação do primeiro caso da doença na cidade de Wuhan, no sudeste da China. Desde então, a covid-19, doença respiratória causada pelo vírus SARS-CoV-2, se espalhou por dezenas de países e infectou mais de 655 milhões de pessoas, com o maior número de casos nos Estados Unidos.

O primeiro caso de covid-19 foi identificado no Brasil em fevereiro de 2020 e, quase três anos depois, mais de 36 milhões de pessoas haviam sido infectadas, com 693 mil registros de óbito. A vacinação é hoje a principal forma de prevenir a doença e evitar a propagação do vírus, que tem causado profundas transformações socioeconômicas em todo o mundo, notadamente nos territórios mais pobres.

4.3 QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS VARIANTES DA COVID-19

Conforme as informações da Secretaria da Saúde todos os vírus sofrem mutações com o passar do tempo e o Sars-Cov-2 não é exceção. Desde quando se descobriu o vírus a primeira vez ele já sofreu diversas mutações. Os vírus mutantes são chamados de variantes. A maioria das mudanças tem pouco ou nenhum impacto nas propriedades do vírus, de acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), e muitas desaparecem com o tempo. As vezes o um vírus dá sorte ao sofrer uma mutação que o ajuda a sobreviver e se reproduzir. Uma das maiores preocupações dos cientistas são com quatro variantes do vírus: a Alfa (encontrada no Reino Unido), a Beta (encontrada na África do Sul), Gama (encontrada no Brasil) e a Delta (encontrada na Índia).

Essas variantes são as mais preocupantes pela OMS porque representa um risco maior para a saúde pública, o vírus se torna mais infeccioso, trazendo doenças mais grave ou permitindo que ele fica mais resistente a vacina.

A OMS decidiu se referir a elas como nomes de letras do alfabeto grego para evitar associações erradas com os países onde foram identificadas pela primeira vez.

Nomes das variantes do SARS-CoV-2

Variantes de preocupação		
Nome da OMS	Nomenclatura científica	País em que foi encontrada primeiro
Alfa	B.1.1.7	 Reino Unido
Beta	B.1.351	 África do Sul
Gama	P.1	 Brasil
Delta	B.1.617.2	 Índia

Fonte: OMS – Site: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-57695556>

4.4 QUANTAS MORTES OCORRERAM NA PANDEMIA

Segundo a OMS(Organização Mundial da Saúde) em 31/12/2019 muitas pessoas chegavam nos hospitais com os mesmo sintomas com problemas respiratórios porém os médicos ainda não sabiam de fato o que estava acontecendo, com isso todos os pacientes com os mesmos sintomas foram diagnosticado com pneumonia.

Após 3 meses com esses sintomas em março de 2020 a OMS classificou como Covid-19 porque foi encontrado o primeiro caso da doença na Cidade de Wuhan no sudeste da China. A doença respiratória causada pelo vírus SARS-COV-2 começou a se ploriferia em dezenas de países onde contaminou mais de 655 milhões de pessoas, onde o maior número de mortes foi nos Estados Unidos, onde 16% dos casos foram vítimas fatais causando a morte de 6,67 milhões de pessoas da escala global. No Brasil o primeiro caso foi de pessoas contaminadas pelo vírus foi diagnosticado em fevereiro de 2020 e quase 3 anos depois ,mais de 36 milhões de pessoas já haviam sido infectadas pelo vírus e com um registro de 693 mil casos de óbitos. Hoje a melhor forma de se prevenir contra a doença e impedir que o vírus se avance ainda mais é tomando as vacinas , lembrando que a vacina ela não vai inibir que pegamos o vírus porém a eficiência do vírus se torna mais fraco comparado com quem

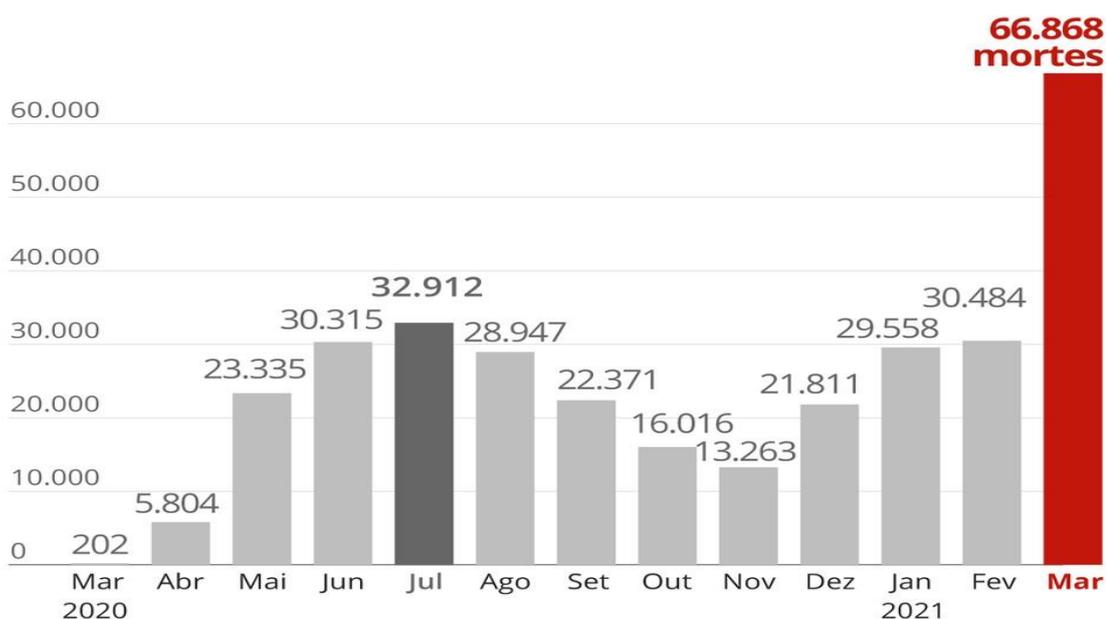
ainda não tomou as vacinas. Até janeiro de 2023 a Covid-19 já provocou a morte de 6.671.624 de pessoas em todo o mundo desde o o início da pandemia em 2019.

A OMS (Organização Mundial da Saúde) informa que até 03/01/2023 já foi administrada aproximadamente 5,5 bilhões de pessoas já tomaram pelo menos a primeira dose e um total de 5.023.237.819 de pessoas tomaram todas as doses.

Segundo a instituição nacional de Controle de Qualidade em saúde a importância da vacinação não está somente na proteção individual, mas porque ela evita a propagação em massa de doenças que podem levar à morte ou a sequelas graves, comprometendo a qualidade de vida e saúde das pessoas vitimizadas.

O GRÁFICO ABAIXO MOSTRA A VISÃO GERAL DE MORTES CAUSADA PELA COVID-19.

Março de 2021 é o mês mais letal Veja o comparativo mês a mês



Fonte: Consórcio de veículos de imprensa a partir de dados das secretarias estaduais de Saúde



Infográfico elaborado em: 31/03/2021

5. O QUE É E-COMMERCE

e-commerce é um termo em inglês para comércio eletrônico. Nasceu no Brasil na década de 1990, mais precisamente em 1996, com a venda de livros pela Internet. Nos Estados Unidos, no entanto, considera-se que essa forma digital de comprar e vender surgiu antes, em meados da década de 1970, como troca de arquivos e solicitações de pedidos. Companhias de Telecomunicações começaram a utilizar o *Electronic Data Interchange* (EDI) para compartilhar informações como documentos e arquivos com outras empresas com o principal intuito de mostrar aos donos das organizações que um cliente tinha interesse em comprar determinado produto

O e-Commerce ou comércio eletrônico nada mais é um modelo de negócio caracterizado de compra e venda de produtos ou serviços por meios de canais digitais.

O termo e-commerce é utilizado como um sinônimo de loja virtual, vendas on-line e entre outros, a loja virtual é um dos canais que podemos utilizar no comércio eletrônico.

Desde a escolha dos produtos, formas de pagamento, até o final do pedido e entre outros tudo é realizado por meios digitais. Além dos processos de compras, o e-commerce também foca principalmente, na divulgação e nas promoções dos seus serviços e produtos uma vez que as duas podem ser vendidas on-line pelo marketing digital. Sendo assim, essa parte da conquista dos clientes também costuma ser pela internet.

Segundo o livro Comercio Eletrônico de Albertin (2004), o comércio eletrônico é a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócio, num ambiente eletrônico, através da aplicação das tecnologias de comunicação e informação, atendendo aos objetivos do negócio.

No livro Informe de mercado E-commerce, Sebrae,(2017,p 9) é relatado que e-commerce nada mais é que uma modalidade de comercialização de bens e serviços, que realiza suas transações financeiras por meio de dispositivos e plataformas eletrônicas, como computadores e dispositivos móveis (smartphones e tablets), sem barreiras geográficas.

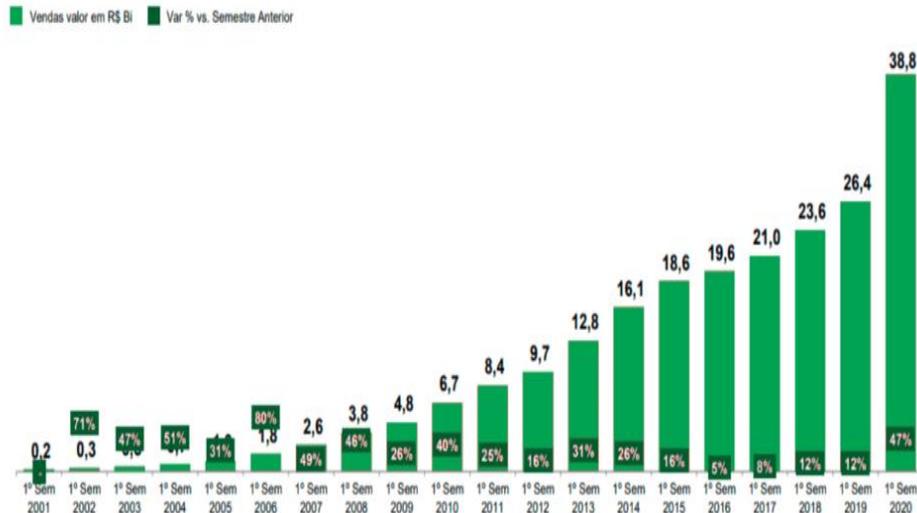
5.1 QUAL O IMPACTO DA PANDEMIA COVID PARA E-COMMERCE

O rápido crescimento do e-commerce em todo o mundo está exigindo novas soluções logísticas para atender a demanda. Por meio da logística de distribuição, o setor contribui para que consumidores tenham acesso ao que precisam e empresas continuem operando mesmo em meio à crise gerada pelo novo coronavírus COVID19. Este trabalho tem como objetivo identificar soluções, estratégias e tendências desenvolvidas no âmbito da logística de distribuição do e-commerce durante a pandemia da COVID-19, por meio de uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL). Dentre as estratégias identificadas nos trinta e três artigos catalogados na RSL, destaca-se investimentos em tecnologias, como uso da inteligência artificial, implementação de práticas de roteirização de entregas mais eficientes, otimização da gestão frotas, investimento em diferentes modalidades e modais de entrega, visando sempre uma logística de distribuição mais sustentável para a última milha. Os desafios impostos pela pandemia obrigaram muitas empresas a repensarem suas operações. Portanto, para se adaptar à nova realidade é necessário aperfeiçoar processos, acelerando mudanças por meio da adoção de novas tecnologias.

5.2 CRESCIMENTO DO E-COMMERCE NO BRASIL

O Brasil é o terceiro país que mais faz comprar pela grande rede mundial, com grandes parcerias e uma enorme estrutura logística para entregar nesse colossal continente. O país lidera ainda o ranking do comércio eletrônico na América Latina, com participação nas compras de 59,1%, enquanto o segundo colocado, México, representa apenas 14,2% do montante. Cerca de 80 milhões dos brasileiros são consumidores que buscam as lojas online de varejo (sites) páginas que usam plataformas na web, dentro da rede de navegação chamada internet. Hoje utilizada pacificamente como forma de transação de negócios, vendas, estudos onde foi difundida ampliada pelas universidades. Novos compradores nos últimos anos, 61% fazem parte da classe C. Esses dados evidenciam um quadro bem favorável do comércio digital no Brasil, ainda há muito potencial para crescimento, um grande e vasto terreno para explorar, enquanto os brasileiros seguem mergulhados em comprar na internet, existe aqueles que ainda tem desconfiança com as transações.

Recorde de Faturamento: 20 anos de E-commerce



Fonte: Eit Nielsen, Webshoppers 42.

5.3 TIPOS DE E-COMMERCE

Essa classificação, fundamental para decidir em que formato de negócio você investirá, leva em consideração a relação entre empresas e clientes, além do perfil dos envolvidos. Com isso, é possível estabelecer o que será oferecido e qual a plataforma mais adequada para isso.

B2B Business to Business (empresa – empresa) é o nome que foi dada para o contato entre os comerciantes e as empresas, diversas utilizam este tipo de e-commerce para realizarem pedidos, trocando dados, realizando pagamentos ou recebendo e entre outros diretamente com seus fornecedores.

B2C Business to Consumer (empresa – consumidor) a empresa vende diretamente para o consumidor, um certo consumidor entra no site das empresas em busca de alguns produtos: informações referentes ao produto que está buscando, manual técnico do produto, preço, prazo de entrega e entre outros, realizam compra pela internet processando o pagamento através de boleto bancário, depósito em conta corrente e atualmente estão utilizando muito a forma de pagamento com o PIX.

C2C E-Commerce to Consumer são consumidores que vendem para outros consumidores. Por exemplo a OLX é uma modalidade que permite pessoas físicas se cadastrarem para vender seus produtos para outros usuários.

D2C E-Commerce Direct to Consumer é a modalidade onde fabricantes, indústrias e distribuidores vendem produtos diretamente ao consumidor final



<https://www.hostinger.com.br/tutoriais/tipos-de-ecommerce>

5.4 O QUE MUDOU DO E-COMMERCE COM A PANDEMIA

Com a pandemia houve muita mudança no mundo, principalmente no comércio eletrônico, a pandemia fez com que o e-commerce mudasse de cara e não somente com o crescimento das vendas e sim como operar os serviços, plataformas os tipos de produtos vendidos e entre outros.

Em 2019 os eletroeletrônicos eram os mais vendidos, com a pandemia os supermercados que tiveram mais crescimento com as vendas on-line, os hortifrúteis ficaram entre os dez mais vendidos. As vendas desses seguimentos cresceram nove vezes em relação a igual do período de 2019, por conta do alto índice de crescimento os comércios decidiram optar por bicicletas elétricas para conseguir entre um volume maior de compras de alimentos, bebidas etc. Em um prazo curto de tempo.

Depois da logística, uma das maiores despesas do e-commerce chamado custo de aquisição de cliente (CAC). Isto nada mais é os gastos com os anúncios on-line para captar novos clientes. Com as restrições do isolamento devido a pandemia houve

um aumento muito grande de consumidores navegando pelo mundo digital e ficou muito mais fácil e barato capturá-los.

5.5 QUAIS EMPRESAS SE BENEFICIARAM COM O E-COMMERCE

No ano de 2020 milhares de empresas tiveram que baixar suas portas e dispensar milhares de funcionários, para que os donos das empresas não ficassem tão no prejuízo eles precisaram se reinventar, investir, focar em novos desafios e entre outros. Com isso já existia o comércio eletrônico, porém não era muito utilizado, valorizado etc. Com a chegada da Covid-19 o e-commerce passou a ser mais utilizado devido as restrições de não poder sair para rua, os comércios não abrir as portas, não podemos frequentar os lugares públicos enfim.

Os empresários passaram a utilizar a plataforma para realizar vendas online mesmo sem saber muito bem como utilizar as ferramentas para o grande sucesso. Neste período passou a ter um crescimento exorbitante dos comércios no mundo do e-commerce que nem os próprios donos esperavam essa alta. Hoje com essa alta temos algumas empresas que cresceram bastante e continuam crescendo onde o foco maior hoje é nas vendas online.

Vejam abaixo algumas empresas que se beneficiaram com a pandemia:

- Ifood - o medo da população em sair de casa, a startup apresentou aumento no número de pedidos registrados por mês, chegando a 39 milhões de solicitações durante a pandemia.

- Amazon - a Amazon fechou o terceiro trimestre do ano com lucro de US\$ 6,3 bilhões, três vezes mais do que o registrado no mesmo período de 2019, quando arrecadou US\$ 2,1 bilhões.

- Mercado Livre – o Mercado Livre foi o que mais se beneficiou com a pandemia pois foi que mais investiu nas plataformas e realizou grandes parcerias para ter agilidade nos prazos de entrega. O e-commerce faturou US\$ 1,116 bilhão no terceiro trimestre deste ano, um aumento de 85%, impulsionado pelo crescimento do comércio online. Só no Brasil, país responsável por 55% da receita líquida total da companhia, a arrecadação foi de US\$ 610,7 milhões. A empresa divulgou ainda que atingiu a marca de 76,1 milhões de usuários ativos, representando aumento de 92,2%.

5.7 EMPRESAS PREJUDICADAS NA PANDEMIA

Com lojas fechadas, barreiras para circulação de pessoas e clientes trancados em casa, empresas do mundo inteiro não resistiram aos efeitos da pandemia. Além de mortos e feridos, a corona vírus deixou um rastro de "falidos". Não foi só a lojinha da esquina que passou apuros. Muitas grandes empresas não resistiram. A aviação foi um dos segmentos mais afetados pela pandemia. Com restrições para a circulação de pessoas e o medo da população em se aglomerar em um avião, a demanda por passagem aérea desabou.

Latam: Latam Airlines é a nova companhia aérea nascida da associação da LAN e da TAM. devido ao impacto da pandemia, e no último mês de junho recebeu aprovação do tribunal para sair do processo, após apresentar um plano de reorganização que pretende injetar US\$ 8 bilhões.

Avianca: Avianca é uma companhia aérea da Colômbia. Empresa não opera desde maio do ano passado e chegou a reportar dívida de R\$ 2,7 bilhões.

Aeromexico: Aeroméxico Cargo é a empresa líder no transporte aéreo de carga.

Cirque du Soleil: O Cirque du Soleil é uma companhia circense de capital fechado, fundada em 1984 no Canadá. dívidas estimadas em US\$ 1 bilhão. Ao todo, 44 espetáculos foram encerrados e cerca de 3,5 mil funcionários demitidos.

J. Crew: Crew varejista foi inaugurada em 1989 no distrito de Manhattan. A empresa afirmou, na ocasião, que iria perder mais de US\$ 900 milhões em vendas anuais, algo equivalente a 35% de sua receita no ano passado.

5.8 NOVA FASE DAS EMPRESAS

Com o impacto da pandemia muitas empresas tiveram que fechar as portas definitivamente ou ao menos tenta o Home Office em um curto prazo de tempo, não existia meio termo, não tivemos tempo para se pensar em o que fazer e com fazer.

As empresas tiveram que aderir o home office, ou melhor, os donos das empresas tiveram que adaptar suas empresas em home office, dispensar muitos funcionários, tiveram que buscar plataformas, sistemas para que pudessem entrar no mundo do e-commerce. Muitos funcionários e até mesmo os donos tiveram que se aperfeiçoarem para conseguirem manusear as plataformas entender os sistemas para que conseguissem atender os clientes com exatidão e com sucesso, tiveram que aumentar o quadro de funcionários (Motoboy) para que pudessem fazer as entregas para seus clientes mais rápidos, alguns locais no início começaram com os entregadores de bicicletas para realizar entregas mais próximas.

6. LOGÍSTICA E E-COMMERCE

De acordo com Santos (2019) o gerenciamento de uma loja virtual deve estar planejado corretamente com a logística no e-commerce para a designação perfeita do planejamento, controle, armazenamento e fluxo dos produtos. A logística engloba diversas áreas como por exemplo:

- Recepção e conferência dos produtos;
- Estocagem dos produtos para a preparação do pedido;
- Envio dos pedidos para a transportadora;
- Rastreamento de pedidos enviados;
- Controle de entrega.

6.1 QUAL A IMPORTÂNCIA DA LOGÍSTICA NO E-COMMERCE

Precisamos entender que a logística é uma parte fundamental de qualquer comércio e em uma loja online não é diferente, importante da logística para o e-commerce é a preocupação deles com a organização e o crescimento do negócio. Realizando um bom planejamento logístico que o empreendedor irá ter uma loja bem estruturada e com capacidade de cumprir os prazos, e com capacidade de fidelização do público. segue algumas vantagens de investir na logística de entrega para e-commerce:

- Ter previsão no prazo de entrega

- Ter controle no valor do frete
- Ter controle no estoque
- Sempre garantir um ótimo relacionamento com o cliente

A pandemia foi algo inesperado e com isso trouxe diversas mudanças em todos os setores. Por exemplo, o transporte logístico teve um crescimento muito alto e a tendência é continuar crescendo cada vez mais. Em decorrência à corona vírus (Covid-19) a logística está melhorando cada vez mais nos atendimentos e nas entregas dos produtos. Podemos ver a importância do funcionamento da logística e o do e-commerce usando de exemplo um consumidor quando faz uma compra em determinado site ocorrendo uma demora na entrega do produto ou até mesmo quando não é feita a entrega. Trazendo a insatisfação do consumidor e comprometendo o crescimento da loja. Para que isso não ocorra é fundamental um bom planejamento englobando o gerenciamento de estoques, das entregas e no gerenciamento do ciclo de suprimentos. Pois será de suma importância a prioridade pelo comprometimento e responsabilidade em todos os aspectos profissionais de conduta para com aqueles que são seu principal alvo, o consumidor. Porém para um alcance com êxito cauteloso o caminho deve ser trilhado já que com a mesma intensidade com que ocorre o crescimento pela escolha das plataformas digitais de maneira benéfica, também ocorrem o mesmo e talvez com a proporção equivalente os males, ou seja, do mesmo modo que adeptos dessa opção se comprometem com a responsabilidade e compromisso, outros também o usam para tirar proveitos maliciosos. Então recorrente aos fatos contemporâneos é inevitável que a logística na sua essência ande interligado com o método estratégico mais eficiente do contexto atual, o e-commerce.

6.2 COMO TER UMA BOA LOGÍSTICA NO E-COMMERCE

Pensar em logística para e-commerce é um desafio para muitos empreendedores no Brasil e no mundo. É fundamental ter um ótimo planejamento e se preocupar com cada etapa do processo. Uma boa logística no e-commerce reflete diretamente no sucesso do comércio eletrônico.

- Estruturando o fluxo logístico do e-commerce
- Escolher uma boa transportadora

- Controlar o estoque
- Fazer o monitoramento das entregas enviadas
- Definir prazos realistas
- Ter uma logística reversa
- Definir uma política de frete inteligente

6.3 COMO FUNCIONA O E-COMMERCE NA PRÁTICA

Para termos um perfeito funcionamento é preciso termos muito cuidado com a divulgação do marketing pois não basta ter uma plataforma bonita e fácil de mexer, depois que o cliente escolher o produto e finaliza sua compra começa um novo processo que precisa ser feito perfeitamente para que os pedidos do cliente cheguem dentro do prazo que foi estipulado pelo sistema. Uma logística bem organizada no E-Commerce é sempre fundamental para contribuir com a melhoria da empresa, e da experiência do cliente com o prazo de entrega, valores do frete, entrega e qualidade dos produtos.

6.4 VANTAGENS DO E-COMMERCE NO CENÁRIO DE COMPRA

A pandemia do Covid-19 trouxe grandes mudanças na rotina de todos. Enquanto isso, a maior parte da população, em casa, teve que recorrer a diferentes soluções para satisfazer suas demandas. Nesse contexto entra o comércio eletrônico como uma oportunidade, uma alternativa que já crescia em um ritmo natural. O comércio eletrônico disparou durante a pandemia, com o fato de que em abril, o faturamento do comércio eletrônico aumentou 81% em relação ao mesmo período do ano passado, enquanto em maio, o crescimento foi de 126,9%. Mas você deve estar se perguntando se isto não será apenas um ponto fora da curva, e com a gradual redução das restrições ao comércio, esses dados não serão apenas uma breve disrupção. Durante este período, foram 4 milhões de novos clientes do comércio eletrônico, a maior parte, proveniente da classe C. Muitos deles irão preferir a praticidade, o preço, e talvez adotarão de vez este canal de compra. Não é à toa que grandes empresas, como a Via Varejo, dona de grandes redes de lojas, como Casas Bahia e Ponto frio, estão empenhando cada vez mais recursos na construção de

marketplaces mais atrativos.

Dentre outros fatores, o otimismo com o comércio eletrônico também impulsionou as ações da B2W, Magazine Luiza e da própria Via Varejo, que renovaram suas máximas históricas durante a pandemia, e obtiveram crescimento acumulado em relação ao início do ano de respectivamente, 73,13%, 71,17% e 57,03% até 18 de agosto de 2020. Isto só reflete a grande confiança nas empresas que investem pesado no ambiente digital, justificada na medida em que são divulgados balanços como o da Magazine Luiza, que apesar do prejuízo registrado com as lojas físicas fechadas, possui as melhores perspectivas possíveis com o crescimento das suas vendas em e-commerce em 181,9% no segundo trimestre do ano, dentre outros dados impressionantes.

Redes Sociais As redes sociais são fundamentais para uma estratégia completa de marketing digital. Em 2016, 72% das pessoas que concretizavam compras online encontravam as ofertas navegando nas redes segundo o Sebrae. E com a popularização e maior uso comercial de redes como o Instagram, a tendência é que estas mídias continuem sendo uma ótima fonte de clientes por muito tempo. Nestes sorteios, é requisitado que os participantes divulguem os perfis que criaram a promoção para alguns amigos, dentre as condições que podem ser estabelecidas, sendo uma forma de adquirir maior relevância rapidamente. Além disso, algumas dessas redes sociais, como o Facebook, possuem marketplace próprio, permitindo a venda de produtos dentro da própria plataforma, o que é algo a se avaliar. Marketplaces são uma ótima ferramenta para crescer o negócio e obter maior volume de vendas, sendo também as melhores plataformas para aqueles que estão começando, e não possuem um site com reputação consolidada na internet.

E-commerce próprio Feito por WordPress com seus plugins, como o WooCommerce, utilizando plataformas como Loja Integrada e NuvemShop, ou sendo programado a partir do zero, o e-commerce próprio é a sua loja na internet. A curto prazo, um site não possui um tráfego tão alto, mas conforme técnicas e anúncios vão sendo adotados e acessos naturalmente aumentam, a loja adquire visibilidade maior, se popularizando e adquirindo autoridade e relevância na web. Assim, é possível que a estratégia de inserção no comércio eletrônico para uma empresa englobe tanto a presença em marketplaces, quanto a criação de uma loja virtual própria. Utilizando como exemplo o site do Mercado Livre, no qual as tarifas de uma venda variam entre 10% e 19% do valor total, dependendo do tipo de produto

vendido, mais R\$ 5,00 por unidade vendida caso o produto custe menos de R\$ 99,00, além do frete, que muitas vezes são obrigatoriamente gratuito para o comprador, mas custeado pelo vendedor. Uma empresa maior, ou que deseja crescer, não pode ignorar toda essa margem que é desperdiçada. Além disso, os valores e normas praticados pelas empresas podem mudar, como já aconteceu em outros momentos em várias plataformas, comprometendo totalmente empresas que dependam exclusivamente delas. As campanhas de anúncios são recursos proporcionados em redes sociais como o Facebook Ads do site homônimo, o Google Ads, assim como as ferramentas de campanhas dos marketplaces para as lojas lá posicionadas. A grande vantagem destas campanhas, é que elas podem ser direcionadas para públicos específicos, cabendo ao empreendimento definir qual abrangência proporcionará o maior benefício, levando em conta a forma como o preço é calculado, utilizando KPIs para avaliar a eficácia.

6.5 DESVANTAGENS DE COMPRAR ON-LINE

Segundo informações no site Dicio e Dijoavirtual a definição de desvantagem é o prejuízo; situação ou condição inferior em relação à outra coisa, pessoa ou assunto; ausência de vantagem. Comprar em lojas virtuais é um processo unilateral, onde o cliente fica praticamente sozinho e não interage fisicamente com ninguém. A falta de um toque pessoal nas transações online é uma desvantagem. Muitas mercadorias que não podem ser compradas online estão nas categorias “perecíveis” ou “envio desproporcional”. Não permita testes de produtos antes da compra. Você não pode tocar no tecido da roupa que deseja comprar. Você não pode verificar se o sapato se ajusta bem aos seus pés. O comércio eletrônico não permite isso. As baixas barreiras à entrada em negócios virtuais podem ser um grande atrativo para aspirantes a empreendedores.

- Não podemos experimentar produtos;
- Não há contato direto com o vendedor;
- Muita concorrência em determinados segmentos;
- Não podemos abrir o produto do cliente;
- Sites não confiáveis;
- Troca de produtos;

- Compartilhamento indevido de dados – LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados)

8. PROBLEMÁTICA

Nos dias atuais, qualquer pessoa consegue publicar e vender mercadorias variadas pela internet, sejam mercadorias no ramo alimentício, eletrônico, etc.. Com isso, o índice de fraudes de venda aumenta exponencialmente, já que em alguns sites, não disponibilizam os padrões mínimos de verificação do anúncio.

Dentro desta problemática, é possível observar diversas variações que proporcionam uma péssima experiência para o comprador, mostrando pontos que dificultam a qualidade de compra na plataforma E-commerce.

8.1 FALTA DE CONFIANÇA DOS CLIENTES

Apesar da preferência cada vez maior do público pelas compras online, 68% dos consumidores brasileiros ainda têm medo de comprar no e-commerce, segundo um levantamento da PSafe. De fato, existem muitos golpistas no ambiente virtual, que atuam de diferentes formas, seja roubando os dados dos usuários ou criando sites falsos para os clientes fazerem suas compras. Cabe ao seu negócio, portanto, mostrar aos consumidores que a sua loja virtual é um ambiente seguro e idôneo. As maiores empresas do mundo podem cometer equívocos que destroem sua reputação, e assim, podem quebrar a confiança com seus consumidores. Nesse caso, a confiança é um jardim, que precisa ser regado, cuidado e cultivado. Às vezes, até podado.

8.2 AUSÊNCIA NO RECEBIMENTO

Um dos maiores fatores pelo insucesso na entrega é o cliente não estar em casa para seu recebimento, ou o porteiro do prédio desconhecer sobre a compra ou seu comprador, pois em vários casos o cliente não está em casa, por trabalhar o dia todo e outros motivos, cada vez aumenta os casos onde todos os moradores da casa trabalham fora, o que dificulta a entrega da mercadoria, e posteriormente resulta em problemas com atraso nas entregas, por esses e outros motivos, a mercadoria acaba ficando retida nas agências dos correios ou transportadoras, quando não acontece de voltar para a empresa remetente, o que resulta na insatisfação do cliente com a

entrega. Vivemos em uma época em que o tempo é cada vez mais escasso, trabalhamos muito mais tempo, passamos um período muito maior fora de casa e os vizinhos pouco se conhecem.

8.3 ÍNDICE DE FRAUDES

Com o aumento das vendas online, também cresce o número de golpes no comércio eletrônico. Segundo a ClearSale, houve uma alta de 23,6% nas tentativas de fraudes no E-commerce durante o primeiro trimestre de 2021, em comparação com o mesmo período do ano anterior. Na grande maioria das vezes, os golpes são realizados por meio da realização de compras com dados de cartão de crédito de terceiros, obtidos por meio de roubo ou clonagem de dados. Quando o portador do cartão percebe que foi vítima de uma fraude, ele geralmente faz um pedido de chargeback, ou seja, faz a contestação da compra junto ao banco emissor do cartão. Isso pode ser extremamente prejudicial para o e-commerce. Afinal, se a loja já tiver enviado o pedido e receber um pedido de chargeback decorrente de fraude, ela não só precisa fazer a devolução do valor recebido pela compra como ainda perde o produto. Além do enorme prejuízo financeiro, a loja virtual também pode acabar sendo vista de uma forma negativa, afastando os consumidores.

Abaixo segue de tipos de fraude no e-commerce:

FRAUDE DE INTERCEPTAÇÃO

A fraude de interceptação ocorre quando os golpistas fazem pedidos em seu site por meio de um cartão de crédito roubado. Uma vez que o pedido é feito, eles interceptam o pedido quando ele está a caminho do endereço de entrega e levam as mercadorias.

ROUBO DE IDENTIDADE

Nesse tipo de fraude do e-commerce, os golpistas usam a identidade de outra pessoa para criar cartões de crédito e realizar compras on-line. Como os dados são válidos, a identificação é dificultada.

ROUBO DE CONTA

Neste caso, o criminoso invade uma conta já existente e usa os cartões armazenados nela para fazer as compras. É comum que o endereço de entrega seja atualizado um pouco antes.

8.4 FRETE CARO

Um alto valor de frete é o principal fator responsável pelo abandono de carrinho no e-commerce, segundo a Moosend. No entanto, oferecer taxas mais baixas de entrega, sem prejudicar a lucratividade do negócio, é um grande desafio. Para lojas que vendem produtos de baixo ticket médio, esse problema pode ser ainda pior. Afinal, nesses casos, o frete pode ser mais caro que o valor do próprio item vendido. No e-commerce, ter um frete alto impacta diretamente nos resultados. Primeiro, porque o consumidor pode abandonar o carrinho de compra. As pesquisas mostram que o valor do frete é uma das razões que motivam a desistência. Segundo, porque essa pessoa insatisfeita vai compartilhar a sua percepção negativa sobre a marca, prejudicando a sua reputação.

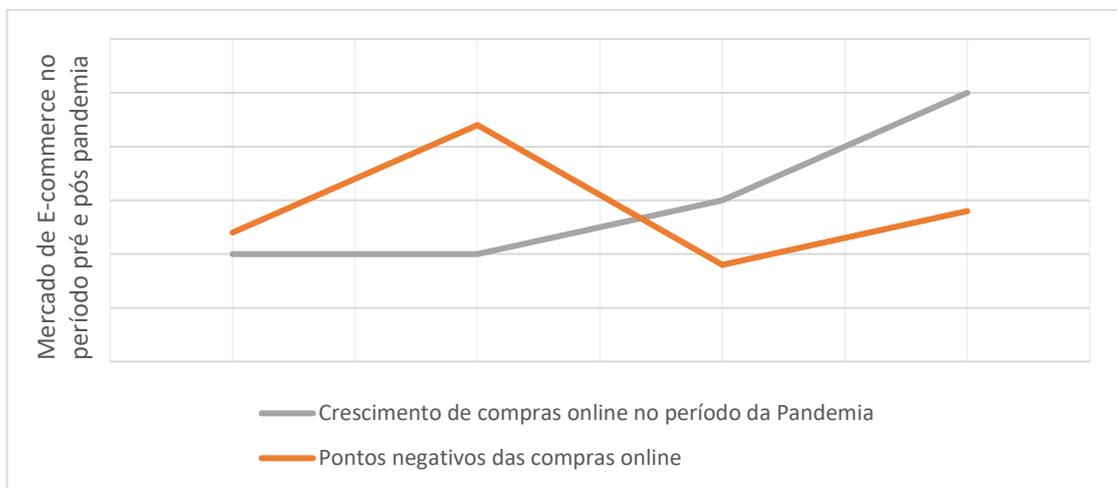
Transportadora	Modalidade	Prazo Estimado	Valor no balcão	Valor do frete
 Correios	Mini Envios	10 - 11 dias úteis	R\$ 17,89	R\$ 17,89
 jadlog	.Package	9 - 12 dias úteis	R\$ 40,20	R\$ 23,39
 jadlog	.Com	7 - 10 dias úteis	R\$ 72,16	R\$ 24,48
 Correios	PAC	8 - 9 dias úteis	R\$ 31,19	R\$ 25,13
 Azul cargo Express	e-commerce	6 - 7 dias úteis	R\$ 34,10	R\$ 34,10
 LATAM CARGO	JUNTOS	3 - 4 dias úteis	R\$ 35,75	R\$ 35,75

<https://www.openk.com.br/blog/wp-content/uploads/2018/02/simulacao-envio-frete-para-ecommerce.png>

8. 5 RESULTADOS OBTIDOS:

Com todas essas informações citadas acima, concluímos que os impactos da pandemia no setor de compras online trouxeram alguns pontos que precisam ser revisados e melhorados.

A seguir ilustramos em um gráfico os pontos mais específicos e críticos que, com urgência, o e-commerce precisa se atualizar para melhor atender os clientes, com base no crescimento deste setor.



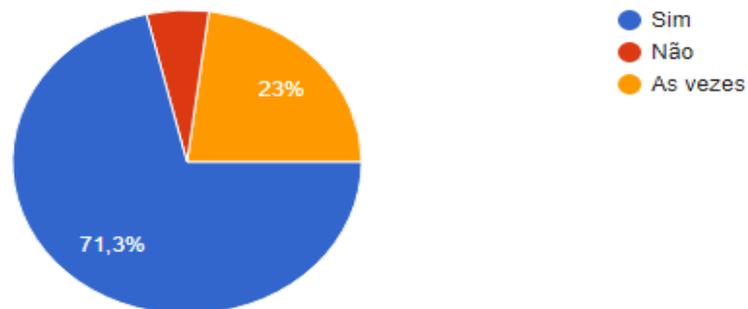
No gráfico acima demonstramos o crescimento no setor de compras online desde o início da pandemia, mas ao mesmo tempo uma recaída na qualidade de entrega, confiança, fraudes e aumento do valor do frete, porém, esses pontos tendem a melhorar com o alto nível de reclamações dos consumidores e a qualificação no setor de e-commerce.

9. PESQUISA DE CAMPO

Para termos mais ciência e análise crítica foi realizado uma pesquisa de campo com os próprios alunos da Etec Jaraguá. Nele nós podemos analisar melhor como é o comportamento do comprador e do vendedor. E tivemos os seguintes resultados:

Tem costume de comprar on-line?

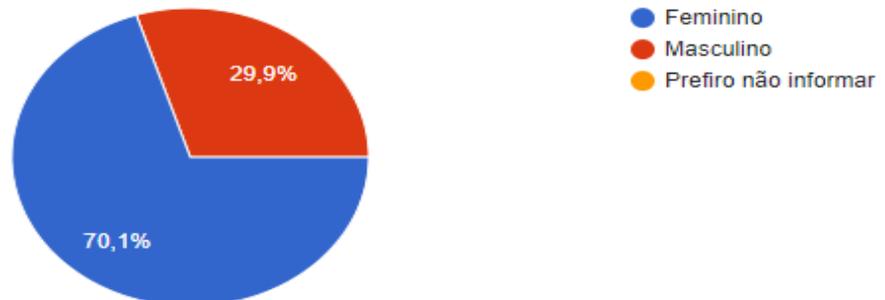
87 respostas



As lojas online estão abertas 365 dias por ano, 24 horas por dia. Isso permite fazer compras à vontade a qualquer hora, dia ou noite, de onde estiverem. Dessa forma, evitam-se locais muito cheios, filas, procura de vaga em estacionamento e gastos com combustível ou transporte público.

Qual seu gênero?

87 respostas

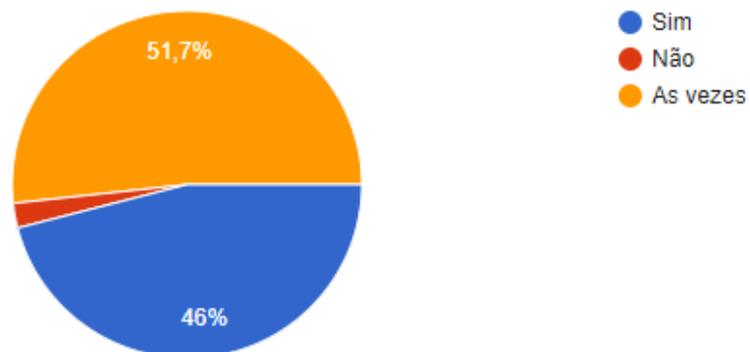


O público masculino corresponde a 58% das compras feitas na categoria eletrônicos.

O público feminino corresponde a 80% das compras feitas na categoria de beleza

Você se sente seguro de comprar on-line?

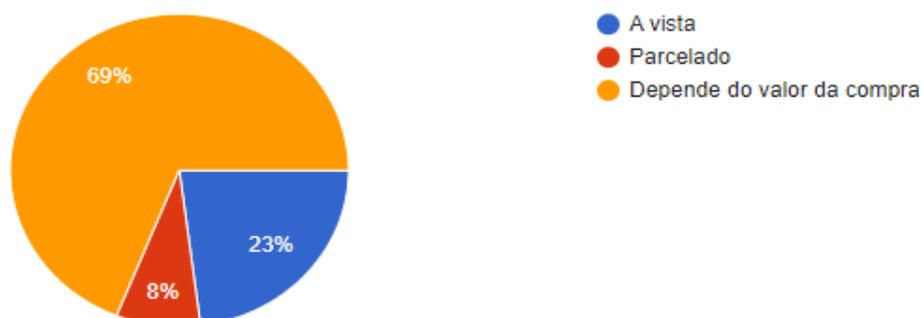
87 respostas



Fazer compras na internet não precisa ser motivo de dor de cabeça ou insegurança. Existem muitos sites seguros e de empresas confiáveis que oferecem bons produtos e com boas condições de pagamento. No entanto, é importante seguir as recomendações de segurança para evitar cair em golpes

Realiza pagamentos a vista ou parcelado?

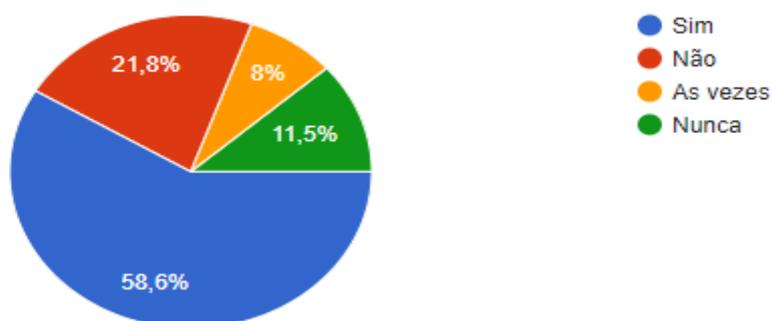
87 respostas



Geralmente, o parcelamento é a melhor opção quando não há desconto para a opção à vista e/ou não há juros cobrados em cada parcela, ou então se os juros são menores do que os rendimentos que podem ser obtidos com investimentos de renda fixa de alta liquidez.

Já realizou compras Internacionais/Exportação?

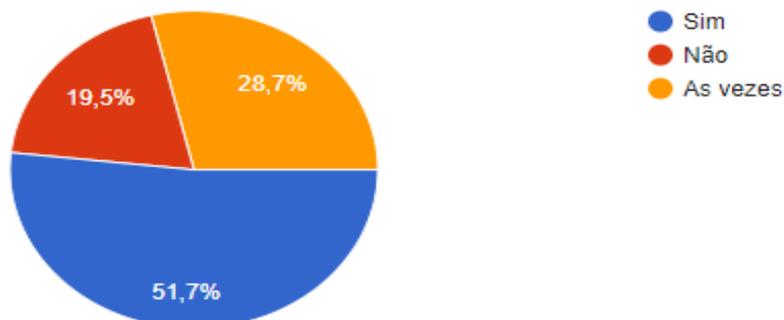
87 respostas



Importar produtos online de sites estrangeiros de vendas permite aproveitar ofertas em conta, mesmo com a alta cotação do dólar. Brasileiros estão recorrendo cada vez mais a esse método para economizar dinheiro e comprar produtos indisponíveis no país.

Você costuma avaliar os produtos no site ?

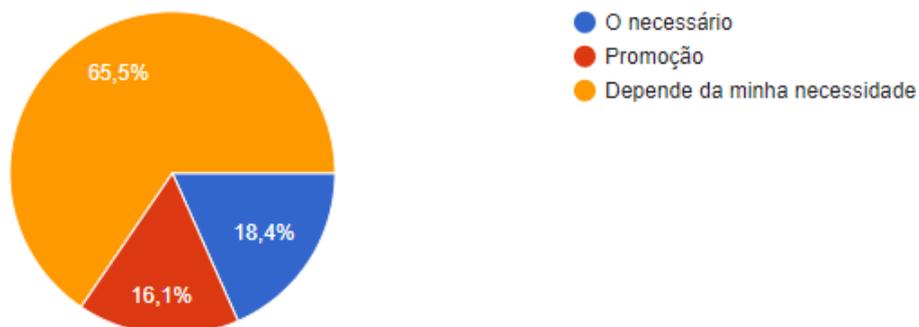
87 respostas



Ao receber o feedback do cliente é possível identificar pontos de melhoria e ter insights para oferecer produtos, serviços e atendimento ainda melhores, que atendam as demandas, necessidades e expectativas dos consumidores.

Você compra que esta em promoção ou apenas o necessário ?

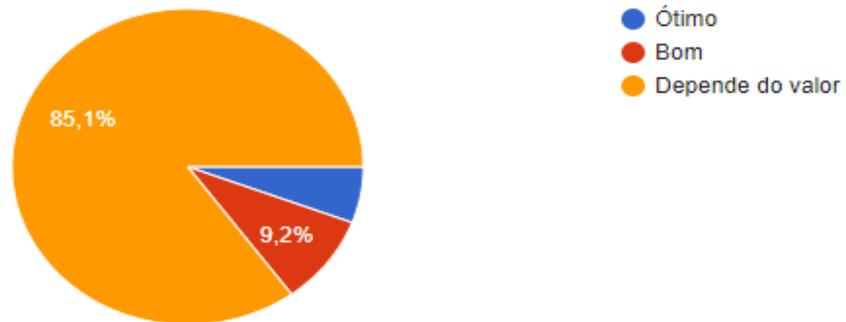
87 respostas



Produtos em promoção sempre chamam a atenção das pessoas, afinal, é a oportunidade de comprar alguma coisa que você quer e pagar menos por ela, mas nem sempre essas promoções realmente valem a pena.

O que acha dos valores do fretes?

87 respostas

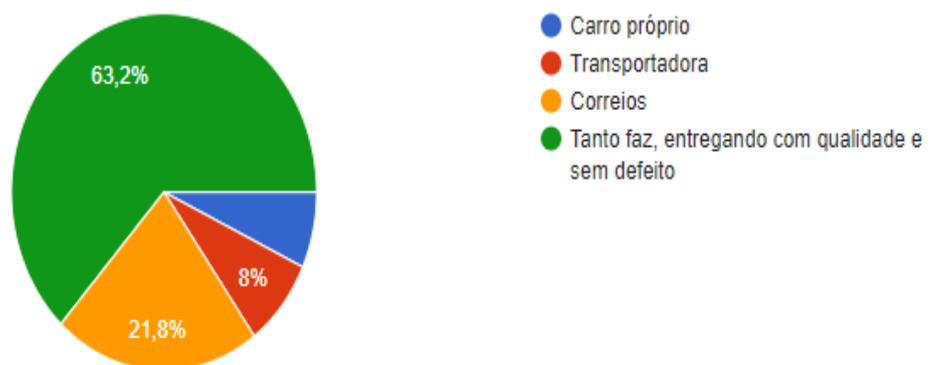


Os preços e prazos do frete são formas de otimização de entrega da loja virtual. A cobrança de frete para e-commerce depende das características dos produtos e região de entrega. O valor do frete é o segundo item que influencia diretamente na decisão de compra, perdendo apenas para o valor do produto.

Qual o melhor método de envio? Carro próprio "transportadora ou Correios"?

Copiar

87 respostas



De nada adianta ter uma loja com o melhor design e com o processo de pagamento mais simples e eficiente do mundo, se, por outro lado, o cliente não recebe o produto em sua casa (ou recebe o produto atrasado). Isso gera um estresse desnecessário entre lojista e consumidor, criando incertezas sobre a qualidade do serviço e a confiabilidade da sua loja.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho tem como objetivo mostrar a evolução do e-commerce e destacar seus principais aspectos e características, como o setor cresceu durante a pandemia e aumentou o faturamento das empresas, proporcionando novos empregos e alternativas para a maioria dos negócios que estavam fechados. O crescimento do e-commerce no varejo é extremamente importante para o crescimento econômico do Brasil e no mundo, pois essa mudança é fundamental para que as empresas consigam se reinventar e prosperar. Pode-se confirmar que a Internet abriu maiores oportunidades para os indivíduos iniciarem pequenos negócios, criando assim fontes adicionais de renda e reduzindo o desemprego.

O comércio eletrônico traz benefícios tanto para os consumidores quanto para as empresas. Não há como voltar atrás no fenômeno digital, e as empresas globais estão cada vez mais se adaptando e entendendo melhor suas possibilidades e capacidades. Portanto, os temas apresentados são de grande relevância econômica e social e espera-se que contribuam para o conhecimento de todos. Os especialistas estão cada vez mais comentando e discutindo o futuro do mercado digital e, em geral, suas perspectivas são de grande importância. Considerando os dados pré, durante e pós-pandemia, pode-se olhar com otimismo para o futuro deste valioso mercado, que oferece enormes possibilidades de crescimento. Mas para entender seu campo e suas variáveis, são apresentados dados de empresas que faliram naquele momento e daquelas que subiram acentuadamente, é preciso alinhar-se com fortes tendências de mercado para sobreviver e prosperar.

11. REFERÊNCIAS

- ROSA, A, R. **Definição de Logística.Gestão Logística**. Florianópolis: Universidade Aberta do Brasil, 2010. p. 13 – 17. Disponível em:
https://cesad.ufs.br/ORBI/public/uploadCatalogo/10365317022012Gestao_Logistica_Aula_1.pdf. Acesso em: 2023
- Livro: Albertin, L, A. **Comércio Eletrônico**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/rae/a/895WhXBf3mQT7ktmWny9kwq/?lang=pt&format=pdf>.
Acesso em: 2023
- MARIOTI, Ana Paula estuqui. **Repositório Institucional da UFSC. Santa catarina,2021**.
Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/228293>. Acesso em 2023.
- MOREIRA, Sara. **Fazer compras na internet: guia para comprar online com segurança**.
Disponível em: <https://www.serasa.com.br/limpa-nome-online/blog/fazer-compras-na-internet-guia-para-comprar-online-com-seguranca/>, 2022. Acesso em 2023
- RAMOS, Fabiana. **Comprar online: vantagens e desvantagens dessa tendência**.
Disponível em: <https://www.serasa.com.br/score/blog/compra-online-vantagens-e-desvantagens-dessa-tendencia/>. Acesso em 2023.
- MIRELLA, Stivani. **Nove sites para comprar produtos importados e receber no Brasil**.
Disponível em: <https://www.techtodo.com.br/listas/2019/04/nove-sites-para-comprar-produtos-importados-e-receber-no-brasil.ghtml>, 2019. Acesso em 2023.
- ZENDESNK. **Feedback do cliente: veja como tirar o melhor proveito do retorno dado pelo seu público!**. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/feedback-do-cliente/#:~:text=Ao%20receber%20o%20feedback%20do,necessidades%20e%20expectativas%20dos%20consumidores.>, 2023. Acesso em 2023.
- BARK, Alex.**O que é uma pandemia e por que são necessários o isolamento social e a quarentena?** Disponível em: <https://deolhonofuturo.uninter.com/o-que-e-uma-pandemia-e-porque-sao-necessarios-o-isolamento-social-e-a-quarentena/>,2020. Acesso em 2023.

GUITARRARA, Paloma. **Pandemia de covid-19**. Disponível em:

<https://brasilecola.uol.com.br/geografia/pandemia-de-covid-19.htm>,2023. Acesso em 2023.

GAZONNI, Mariana. **Os ‘falidos’ do coronavírus: veja as empresas que quebraram na pandemia**. Disponível em: <https://www.seudinheiro.com/2020/empresas/os-falidos-do-coronavirus-veja-as-empresas-que-quebraram-na-pandemia/>, 2020. Acesso em 2023.

AUGUSTO, José. **Instituto Nacional de Controle de qualidade em Saúde**.

Disponível em:

https://www.incqs.fiocruz.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1721:a-importancia-da-vacinacao-nao-esta-somente-na-protecao-individual-mas-porque-ela-evita-a-propagacao-em-massa-de-doencas-que-podem-levar-a-morte-ou-a-sequelas-graves&catid=114&Itemid=166#:~:text=na%20pessoa%20acometida.-,A%20import%C3%A2ncia%20da%20vacina%C3%A7%C3%A3o%20n%C3%A3o%20est%C3%A1%20somente%20na%20prote%C3%A7%C3%A3o%20individual,e%20sa%C3%BAde%20das%20pessoas%20vitimizadas.,2016. Acesso em 2023.

ABILIO, Mariana. **Entendendo os tipos de logística**. Disponível em

<https://flytour.com.br/blog/tipos-de-logistica/>., 2023. Acesso em 2023

AIRES, Juliano. **Comprar à vista ou pagar parcelado? Simulador indica qual é a melhor opção em qualquer compra**, 2022 Disponível em

<https://mundoconectado.com.br/noticias/v/24593/comprar-a-vista-ou-pagar-parcelado-simulador-indica-qual-e-a-melhor-opcao-em-qualquer-compra>. Acesso em 2023

INSTITUTO BUTANTAN. **Entenda o que é uma pandemia e as diferenças entre surto, epidemia e endemia**, Disponível em <https://butantan.gov.br/covid/butantan-tira-duvida/tira-duvida-noticias/entenda-o-que-e-uma-pandemia-e-as-diferencas-entre-surto-epidemia-e-endemia>. Acesso em 2023

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE. **Histórico da pandemia de COVID-19, Disponível** em <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em 2023.

MINISTERIO DA SAÚDE. **O que é a Covid-19**, Disponível em <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/o-que-e-o-coronavirus>. Acesso em 2023