

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA “PAULA SOUZA”
ETEC MAUÁ – EXTENSÃO E.E JOÃO PAULO II
Técnico em Logística**

**Erick Vieira de Oliveira
Jonathan dos Santos Nascimento
Lara Julie Amaral Barreto
Murilo dos Santos Santana
Nathalia Roberta da Cunha Gonçalves Silva
Rangel Smile Rodrigues Pereira**

**E-COMMERCE: Falhas no Fluxo de Informações do Processamento
de Pedidos em uma loja de Cosméticos**

Mauá

2023

**Erick Vieira de Oliveira
Jonathan dos Santos Nascimento
Lara Julie Amaral Barreto
Murilo dos Santos Santana
Nathalia Roberta da Cunha Gonçalves Silva
Rangel Smile Rodrigues Pereira**

**E-COMMERCE: Falhas no Fluxo de Informações do Processamento
de Pedidos em uma loja de Cosméticos**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Logística da Etec Extensão João Paulo II, orientado pelo Prof. Rogério da Silva Lopes, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Logística.

Mauá

2023

Dedico esta conquista aos nossos familiares pelo incentivo e paciência e a todos os professores. Vocês foram fundamentais nessa caminhada.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos, primeiramente, a Deus que nos forneceu paz e energia para que este trabalho fosse concluído. Sem ele nada seria possível. Aos nossos familiares pelo apoio, compreensão e carinho. Aos nossos professores da ETEC extensão João Paulo II pelo incentivo e aprendizado durante o curso. Especialmente ao Prof. Rogério da Silva Lopes pela sua orientação. Aos nossos colegas de turma que participaram de tantos momentos importantes. Aos membros do workshop pelas contribuições que certamente enriquecem esta versão final. Aos participantes da pesquisa. Enfim agradecemos a todas as pessoas que fizeram parte desta etapa decisiva de nossas vidas.

RESUMO

O processamento de pedidos representa uma parte da área da logística que compõe as etapas necessárias no processo de formação do pedido, inclui as atividades iniciais que parte da abordagem do cliente à empresa, seguido da compra de matéria prima e gestão de estoque, o processo de produção ou manuseamento dos materiais, dando seguimento com a embalagem do produto para sua proteção e identificação, separação de pedidos e a expedição, finalizando com o acompanhamento por rastreamento onde o consumidor final e a empresa responsável pela venda do produto tem acesso. Foi realizado um estudo de caso em uma loja de produtos de beleza localizada em Mauá na grande ABC, que trabalha com o comércio eletrônico e usa as redes sociais para divulgação e fechamento de vendas, onde apresenta de forma visual como funciona o processamento de pedidos do estabelecimento, a fim de detectar erros em sua composição e propor soluções de melhoria com base em ferramentas da qualidade.

Palavras-chave: e-commerce na logística; processamento de pedidos; fluxo de informações entre setores; falhas no ciclo de pedidos; diagrama de Ishikawa.

ABSTRACT

Order processing represents a part of the logistics area that encompasses the necessary steps in the order formation process. It includes the initial activities that start with the customer approaching the company, followed by the purchase of raw materials and inventory management, the production process or handling of materials, continuing with product packaging for protection and identification, order picking and dispatch, and concluding with tracking and tracing, where the end consumer and the selling company have access. A case study was conducted in a beauty products store located in Mauá, in the greater ABC region, which operates in e-commerce and uses social media for promotion and sales closing. It visually presents how the order processing of the establishment works, aiming to detect errors in its composition and propose improvement solutions based on quality tools.

Keywords: e-commerce in logistics, order processing, information flow between departments, order cycle failures, Ishikawa diagram.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1 – Fluxograma do ciclo de pedidos.....	16
Imagem 2 – Fluxograma: preparação do pedido	18
Imagem 3 – Fluxograma: recebimento do pedido.....	19
Imagem 4 – Fluxograma: processamento de pedidos da Empresa (Vendedor).....	21
Imagem 5 – Fluxograma: processamento de pedidos da Empresa (Consumidor)....	22
Imagem 6 – Análise de Resultados Obtidos	23

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Tema.....	11
1.2 Objetivo Geral	11
1.3 Objetivos Específicos	11
1.4 Problemática	12
1.5 Hipótese.....	12
1.6 Justificativa	12
1.7 Metodologia	13
2 A LOGÍSTICA.....	14
3 SURGIMENTO E EVOLUÇÃO DO E-COMMERCE.....	16
4 AS CONTRIBUIÇÕES DO E-COMMERCE NA LOGÍSTICA	17
5 PROCESSAMENTO DE PEDIDOS E O FLUXO DE INFORMAÇÕES.....	18
5.1 Processamento de Pedidos na Logística	19
5.2 Ciclo de Pedidos no E-commerce.....	19
5.3 Ciclo de Pedidos e suas Etapas.....	19
5.3.1 Preparação do Pedido	20
5.3.2 Recebimento do Pedido	22
5.3.3 Atendimento do Pedido.....	22
5.3.4 Acompanhamento do Pedido	23
6 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA.....	24
6.1 O Processamento de Pedidos da Empresa.	25
7 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS.....	26
REFERÊNCIAS.....	29

1 INTRODUÇÃO

A logística é uma operação nas empresas responsável pela gestão de suprimentos e distribuição de produtos, nela encontra-se os processos responsáveis pelo gerenciamento de todas as movimentações que ocorrem entre organização e cliente.

O que fornece à empresa o planejamento e a execução de um processo de controle que está ligada a aquisição de materiais para a formação do estoque desde o surgimento da matéria até a disponibilização para o cliente final. No âmbito logístico, foi adotado a forma de realizar esses processos de forma *online*, utilizando ferramentas da tecnologia que permite a compra e a venda de produtos realizados remotamente, é o que o comércio eletrônico ou *E-commerce* proporciona.

Foi realizado um estudo de campo em uma loja de cosméticos chamada Make a Dez, localizada em Mauá na região do grande ABC, que apresenta problemas ligados aos pedidos online, onde alguns produtos são trocados no momento da preparação da entrega, fazendo com que cheguem com características incorretas para o cliente. Outro problema que o estabelecimento de produtos de beleza enfrenta é a dificuldade dos clientes em selecionar o produto desejado, por não haver um catálogo contendo as imagens, características e preços dos itens que a empresa trabalha.

Esses fatores comprometem a relação entre o cliente e a empresa, haja vista que os requisitos do cliente em cima das características dos pedidos e a abordagem inicial do consumidor se configura como a primeira etapa do processamento de pedidos, exige um contato baseado em precisão e cautela para que as entregas sejam feitas com o máximo de excelência, atendendo à todas as exigências do cliente.

Portanto, o propósito do trabalho é analisar a forma que a loja Make a Dez realiza os processos de confecção de pedido, a partir de pesquisa de campo e pesquisa em materiais científicos, para a coleta de informações detalhadas e precisas a respeito de seus serviços, juntamente ao entendimento dos conceitos abordados, a fim de detectar os obstáculos e apresentar ferramentas que sejam compatíveis com o problema estudado.

1.1 Tema

Falhas de comunicação dentro do processamento de pedidos é algo que tem muitas variabilidades, por exemplo, como o setor de vendas e o setor de logística ou do estoque da empresa, por usar meios menos usuais que podem ser usados hoje em dia, ou por não usar um sistema de roteiro dentro da empresa, ou meios tecnológicos como sistemas de informações como ERP, WMS entre outros, e isso pode trazer atrasos e ineficiência no processo, então entraremos em questão em como melhorar esse fluxo de informações entre os departamentos envolvidos no processo.

1.2 Objetivo Geral

Analisar as principais falhas no fluxo de informações ocorridas no processamento de pedidos em uma loja de cosméticos no ambiente de e-commerce, com o objetivo de propor soluções que possam melhorar a eficiência e a qualidade dos serviços prestados ao cliente.

Buscar soluções práticas como o Diagrama de Ishikawa que possam ser aplicadas no contexto de um ambiente virtual de compra e venda (e-commerce). Além disso, o objetivo também destaca a importância de se pensar em melhorias para a experiência do cliente durante todo o processo de compra.

1.3 Objetivos Específicos

Compreender os processos que ocorrem no processamento de pedidos dentro de uma empresa.

Identificar as falhas que podem acontecer no ciclo do pedido de uma loja de cosméticos.

Utilizar o Diagrama de Ishikawa para nos ajudar a solucionar o problema, e trazer uma rápida identificação do problema raiz em todo o fluxo de informações do ciclo de pedidos.

1.4 Problemática

Devido aos problemas que ocorreram desde a pandemia do Covid-19, quando as pessoas começaram a fazer compras online com mais frequência, foi de extrema importância realizar o estudo desta modalidade de vendas a fundo, portanto o que pode ocasionar falhas no ciclo de pedidos dentro da modalidade de vendas e-commerce?

1.5 Hipótese

Entende-se que para haver melhorias no processamento de pedidos, é interessante investir na comunicação e em técnicas que possam aprimorar os procedimentos dentro dessa área.

Uma hipótese viável seria a implementação de ferramentas com foco em prevenção ou eliminação de erros, como o Poka Yoke, o Diagrama de Ishikawa e o POP (Procedimento Operacional Padrão) e o uso de tecnologias da informação como uma ferramenta de gestão e comunicação dentro da empresa, mas tendo o cuidado para que o procedimento deva ser compreendido antes da implementação de novos meios e tecnologias.

1.6 Justificativa

Com o crescimento do E-Commerce, ainda mais em período pandêmico, todas as áreas apresentaram problemas e falhas por conta do aumento excessivo da demanda de pedidos, exigindo maior investimento para manter a satisfação dos clientes. Nesse contexto, a presente pesquisa visa investigar o processo de processamento de pedidos da loja de cosméticos no meio do e-commerce, visando identificar oportunidades de melhorias que possam ser promovidas na logística de entrega e atendimento ao cliente.

Assim sendo, o principal objetivo desse trabalho é analisar a eficácia do processo de processamento de pedidos da loja de cosméticos e propor melhorias que possam ser implementadas no processo, com vistas a otimizar a eficiência e a efetividade do serviço. Ademais, espera-se que o estudo possa contribuir para a melhoria da experiência do cliente ao comprar na loja de cosméticos e para agregar valor ao serviço oferecido pela empresa.

A pesquisa pode apresentar diversas contribuições, entre as quais destacam-se a análise dos processos de armazenagem, gerenciamento de estoques, separação, expedição e entrega. Com base nessa análise, poder-se-á identificar pontos de aprimoramento, possibilitando a melhoria da eficiência operacional, com reflexos diretos na experiência do cliente.

Considerando, ainda, a complexidade do processo e a importância desse indicador para o sucesso do e-commerce, a pesquisa se justifica pela necessidade de se diagnosticar as barreiras enfrentadas pela loja de cosméticos e propor melhorias que possam ser aplicadas na prática, visando aprimorar o serviço prestado pela empresa, aumentar a satisfação do cliente e consolidar a participação da loja no mercado de cosméticos online.

1.7 Metodologia

A metodologia de pesquisa adotada na elaboração do TCC consistiu em uma abordagem qualitativa. Para isso, foi realizada uma pesquisa de campo na loja Make a Dez, a fim de levantar dados sobre o processo de processamento de pedidos da empresa. Foram realizadas pesquisas em sites especializados, livros e artigos científicos, a fim de coletar informações sobre as melhores práticas em e-commerce e logística de entrega.

O estudo foi iniciado com a pesquisa bibliográfica, a fim de identificar quais os principais conceitos e referências utilizadas na logística e a área de processamento de pedidos em comércio eletrônico. Após essa etapa, foi realizada a pesquisa de campo na loja Make a Dez, por meio de entrevistas com os funcionários responsáveis pelo processo de processamento de pedidos. A pesquisa de campo permitiu identificar quais as principais dificuldades enfrentadas pela loja em todo o processo e quais as boas práticas utilizadas pela empresa em sua logística de entrega.

A adoção de metodologias de pesquisa qualitativa permitiu aprofundar os conhecimentos tanto sobre a teoria quanto sobre a prática do processamento de pedidos no e-commerce de cosméticos. Aliado a isso, a pesquisa de campo na loja Make a Dez e a análise dos dados permitiram obter informações valiosas para a proposição de melhorias no processo, o que contribuiu para aprimorar a qualidade do atendimento e fidelizar os clientes da empresa.

2 A LOGÍSTICA

Logística é o processo de planejamento, implantação e controle do fluxo eficiente e eficaz de mercadorias, serviços e das informações relativas desde o ponto de origem até o ponto de consumo com o propósito de atender às exigências dos clientes. (Apud Ballou, p.27 2009).

(CSCMP, 2010) define as “atividades Logísticas como incluindo a gestão do inbound e do outbound em termos de transporte (transporte de entrada e transporte de saída), gestão da frota, gestão da armazenagem, gestão de materiais e seu manuseamento, gestão da resposta a encomendas, desenho da rede Logística, gestão de inventários, planejamento do abastecimento e da procura e gestão dos prestadores de serviços Logísticos”. (Apud Carvalho, p.24 2017).

Para Magee, a logística é

a arte de administrar o fluxo de materiais e produtos, da fonte ao consumidor. O sistema logístico inclui o fluxo total de materiais, desde a aquisição de matéria-prima até a entrega dos produtos acabados aos consumidores finais, apesar de, tradicionalmente, as empresas isoladas controlarem, diretamente, somente uma parte do sistema total de distribuição física do seu produto. (Apud MOURA, p.31 2006)

Portanto, a logística é uma disciplina que se dedica ao planejamento, organização, controle e distribuição de produtos e serviços, desde a produção até o consumo final. Ela se preocupa com o gerenciamento da cadeia de suprimentos, a movimentação de materiais e o acompanhamento dos fluxos de informações associados a esses processos. A logística é essencial para otimizar os recursos e reduzir os custos envolvidos na movimentação de bens e serviços, é a gestão de fluxos físicos de produtos, informações e serviços desde a matéria-prima, transporte, armazenamento, controle de estoques até a distribuição aos pontos de venda ou ao consumidor final. Ela busca tornar as operações mais eficientes, visando maximizar o serviço ao cliente e reduzir custos.

A história da logística remonta aos tempos antigos, quando os grandes impérios precisavam movimentar suas tropas e abastecê-las com suprimentos e armamentos. Os egípcios, por exemplo, já se preocupavam com o transporte de materiais para a construção de suas pirâmides.

Durante a Revolução Industrial, a logística assumiu um papel cada vez mais importante como uma forma de gerenciar a produção em massa e movimentar os produtos para os mercados consumidores. Com o passar do tempo, a logística tornou - se uma disciplina cada vez mais complexa, envolvendo desde a gestão e operação

de armazéns até a coordenação de transportes marítimos, aéreos e terrestres em âmbito global.

Nos últimos anos, a evolução tecnológica e os avanços na comunicação tornaram a logística ainda mais importante para a competitividade e sucesso dos negócios. Hoje em dia, a logística é uma área estratégica para as empresas, permitindo uma maior eficiência e redução de custos em toda a cadeia de suprimentos desde a produção até a entrega final.

3 SURGIMENTO E EVOLUÇÃO DO E-COMMERCE

O e-commerce, ou comércio eletrônico, é a compra e venda de bens e serviços realizada pela internet. A história do e-commerce começa em meados da década de 1990, quando a internet começou a se popularizar no mundo todo. Nessa época, as primeiras empresas online começaram a vender produtos pela internet, principalmente livros, CDs e outros itens fáceis de serem entregues pelos correios.

Esse formato de comércio logo ganhou popularidade, e empresas de vários segmentos começaram a se dedicar ao comércio eletrônico, tais como as varejistas, empresas de tecnologia, entre outras. A partir de então, o e-commerce evoluiu e se tornou uma das principais formas de venda de produtos e serviços, em todo o mundo.

Com a evolução da tecnologia, o e-commerce também evoluiu, tornando-se cada vez mais sofisticado em termos de design, layout, segurança, bem como na logística de entrega dos produtos aos consumidores finais. Hoje em dia, o e-commerce é uma das principais fontes de negócios em muitos setores, e empresas em todo o mundo estão investindo em plataformas de comércio eletrônico para vender seus produtos e serviços. Além disso, o e-commerce impulsionou o surgimento de novos modelos de negócios, como *marketplace*, modelos de assinatura, entre outros, dando novas oportunidades aos consumidores e empreendedores.

E-commerce é a realização de transações comerciais por meio da internet, onde as empresas comercializam produtos e serviços por meio de sites e aplicativos, sem a necessidade do cliente se deslocar fisicamente até a loja. As vendas, pagamentos, recebimentos e a gestão de estoques são realizadas 100% online.

4 AS CONTRIBUIÇÕES DO E-COMMERCE NA LOGÍSTICA

A junção da logística e do e-commerce é uma peça-chave na operação e gestão de uma loja virtual. Com a evolução do comércio eletrônico, a logística tornou-se uma questão cada vez mais importante, pois é por meio dela que os produtos são entregues aos consumidores finais.

A logística no e-commerce começa desde o momento em que o cliente realiza a compra em uma loja virtual. O pedido é recebido, e as mercadorias são coletadas no estoque e embaladas para envio ao cliente. Nessa etapa, um sistema de controle de estoque eficiente é essencial, para garantir que não falem produtos e que os prazos de entrega sejam cumpridos.

Após a embalagem, a entrega é realizada por meio de transportadoras ou pelos Correios. Aqui, a logística é novamente crucial, pois é necessário coordenar as entregas para que o cliente receba o produto dentro do prazo previsto, com segurança e sem danos.

Além disso, é necessário monitorar todo o processo de entrega, para que possíveis atrasos ou problemas sejam identificados e resolvidos rapidamente, garantindo a satisfação do cliente.

A junção da logística e do e-commerce é, portanto, essencial para o sucesso desse modelo de negócios. É importante que empresas de e-commerce tenham uma estratégia logística bem definida, capaz de gerenciar de forma eficiente toda a cadeia de suprimentos, desde o recebimento do pedido até a entrega final, garantindo assim a satisfação do cliente e aumentando a eficiência e rentabilidade do negócio.

A junção entre logística e e-commerce é essencial para as empresas que buscam oferecer uma experiência positiva de compra online, pois envolve a gestão eficiente de todas as etapas do processo de compra, desde o recebimento de pedidos, preparação de produtos, embalagem, transporte e entrega. Por exemplo, uma empresa de e-commerce precisa garantir que os pedidos sejam recebidos, separados e embalados no tempo certo para que sejam entregues ao cliente dentro do prazo prometido, de forma a garantir sua satisfação. Nesse contexto, a logística é fundamental para garantir a eficiência e a qualidade do serviço prestado. Além disso, a logística também pode ajudar na redução de custos, uma vez que as empresas podem analisar as rotas de transporte e os locais de armazenamento para otimizar o processo e reduzir custos de transporte, armazenamento e entrega.

5 PROCESSAMENTO DE PEDIDOS E O FLUXO DE INFORMAÇÕES

O tempo de ciclo de pedido compreende o momento em que o cliente/solicitante faz o pedido de compra até sua finalização no ato de entrega do produto/serviço. O ciclo de pedido engloba em sua totalidade o tempo despendido para a entrega de um determinado produto ou serviço (Ballou, 2007).

A operação Ciclo de Pedidos, é constituída pelo conjunto de atividades ligadas ao fluxo de produtos dentro de uma empresa, desde a parte de receber o pedido do cliente até a programação adequada do transporte para a distribuição do pedido até seu destino. Também trata das informações referentes a essas atividades, bem como a parte burocrática de toda a documentação necessária para a fiscalização dos processos: documentos de cobrança, documentos de embarques e desembarques, notas fiscais de venda e compras e documentação de pedidos em carteira ou de pedidos cancelados caso for necessário.

Também se concentra a questão de expedição e transporte, um dos principais focos do âmbito logístico, afinal nessa operação, acontece todo o processo de movimentação dos pedidos, abastecendo diversas cadeias de suprimentos através do país e do mundo, permitindo que os processos de industrialização, fabricação e toda forma de comercialização em geral permaneça processando-se ininterruptamente.

Entende - se que o ciclo de pedidos se inicia a partir do atendimento ao cliente, onde será especificado todos os requisitos do produto, quantidade, prazo, preço entre outras características, por isso, o ato de captar tais requisitos, exige máxima precisão em questões de atenção, pelo fato de serem as primeiras impressões do cliente perante seu negócio. São variadas as abordagens do cliente para com a empresa na hora de efetuar um pedido, pode ser por telefone, contato direto com a loja/vendedor e pelo site da empresa.

5.1 Processamento de Pedidos na Logística

A área da Logística é responsável pelo planejamento, implementação e controle eficiente do custo; fluxo e armazenamento de matérias-primas; estoques de produção e produtos acabados. É nessa movimentação de recursos e informações entre setores que o Ciclo de Pedidos se encontra, por ser constituído pelo conjunto de atividades ligadas ao fluxo de produtos dentro de uma empresa, é através dele que opera - se as atividades empresariais de modo geral permitindo ainda conduzir e controlar de forma organizada, além de atender à necessidade de consumidores pelo mundo todo. Com o avanço da tecnologia e do crescimento das vendas e-commerce, foi-se tornando cada vez mais possível as vendas acontecerem de forma quase que instantânea, por isso, os profissionais responsáveis precisam estar atentos a esses processos, para que eles ocorram de maneira eficiente e rápida. Quando não há investimento na qualidade dos fluxos, resulta em diversos erros no processamento de pedidos, como atrasos, lançamentos incorretos no sistema, conflitos com clientes e/ou fornecedores, essa ineficiência a longo prazo pode prejudicar a empresa como um todo, até nos departamentos que não possuem relação com logística.

5.2 Ciclo de Pedidos no E-commerce

Assim como na compra e venda convencional, que é feita presencialmente, no E-commerce também é necessário haver um ciclo de pedidos equilibrado durante a formação do pedido, deve atentar-se aos requisitos do cliente, haja vista que um procedimento de devolução por conta de avarias, características ou quantidades incorretas pode ser mais burocrática quando feita de maneira *online*.

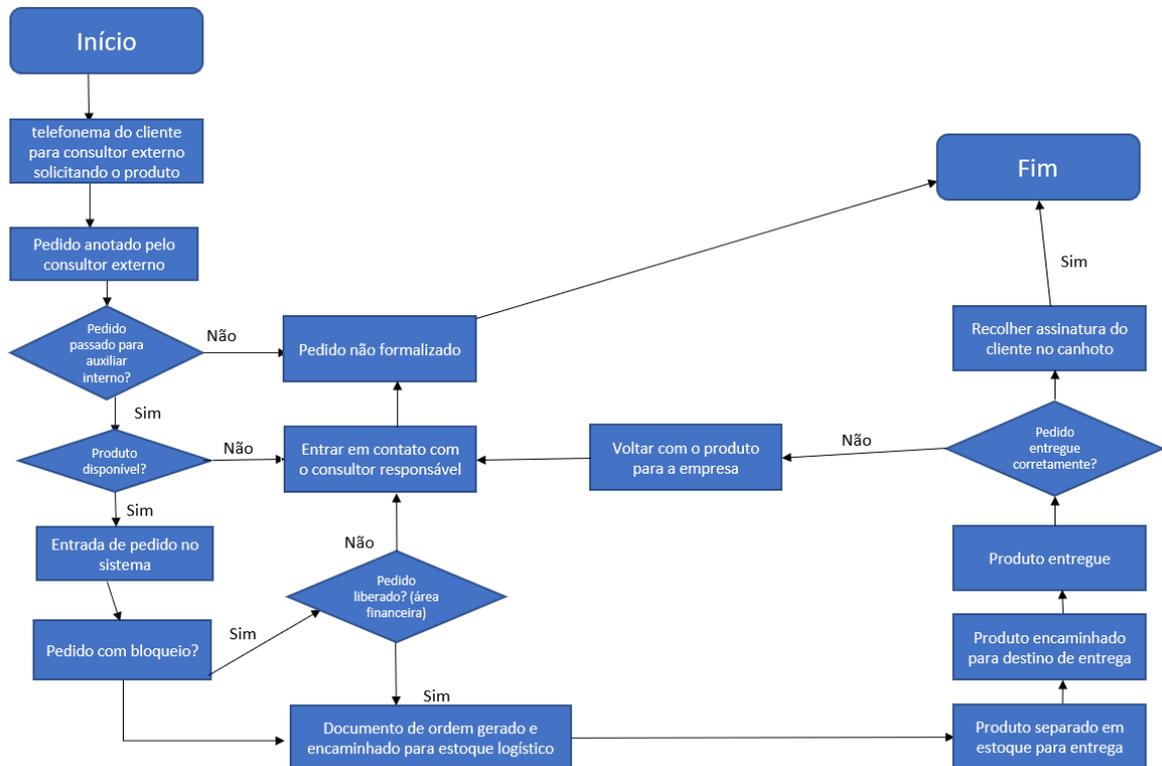
5.3 Ciclo de Pedidos e suas Etapas

Estima-se que as atividades relacionadas com a preparação, transmissão, recebimento e atendimento dos pedidos representam entre 50% e 70% do tempo de ciclo em algumas indústrias. O tempo de ciclo de pedido em suas diversas etapas pode ser controlado de forma direta ou indireta (Ballou, 2007).

Com base nesses dados, é deduzido que a execução do processamento de pedidos seja considerada extensa, porém é muito significativa para a organização, afinal é onde se realiza a maior parte do processo de formação dos produtos/pedidos. É com base nessa operação que são aplicadas as análises de tempo e custo do fluxo dessas execuções, por conta do objetivo da gestão logística de diminuir cada vez mais

o lead time (tempo de pedido), mantendo a qualidade de seu produto e atendendo às expectativas do cliente.

Imagem 1 – Fluxograma do ciclo de pedidos.



Referências: Autores, 2023.

O processamento de pedidos é rateado em 5 tipo de atividades interligadas, são elas: (1) Preparação do Pedido, (2) Transmissão do Pedido, (3) Recebimento do Pedido, (4) Atendimento do Pedido e (5) Acompanhamento do Pedido.

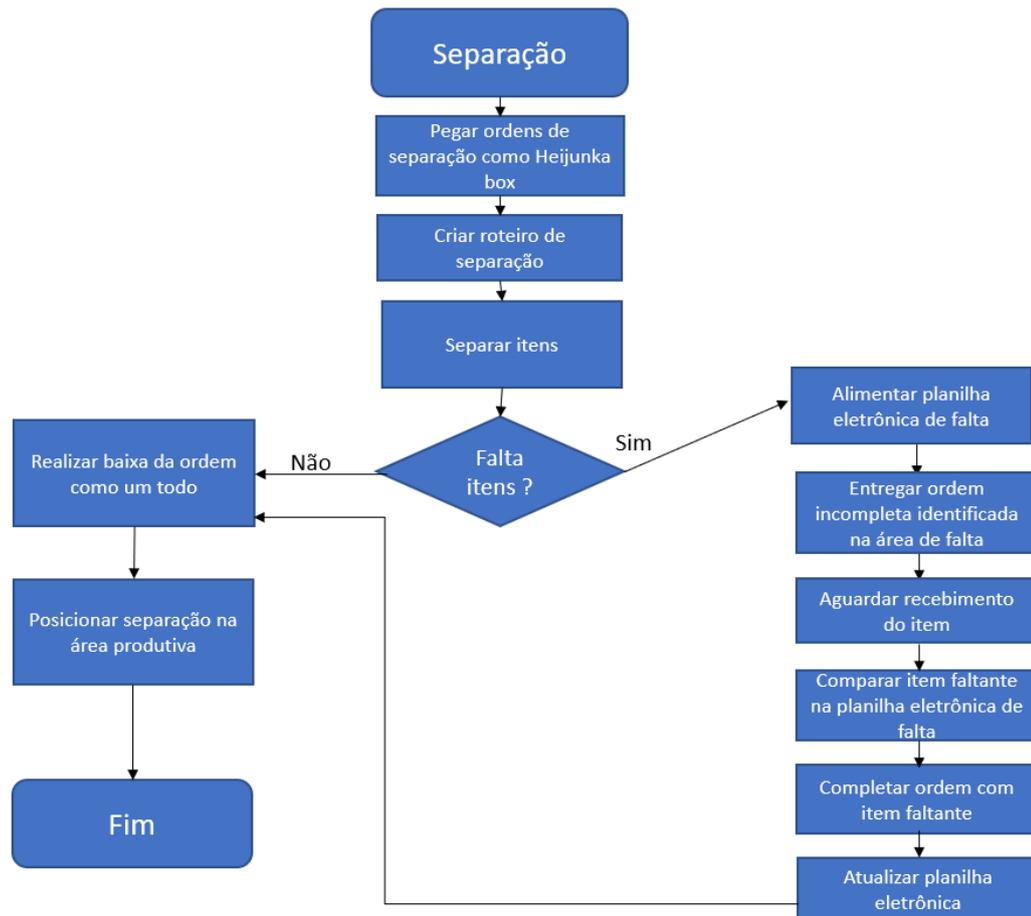
5.3.1 Preparação do Pedido

O tempo de preparação do pedido engloba o tempo em que foi diagnosticada determinada necessidade por parte do cliente até a inserção do pedido via sistema de informação, ou formalização por escrito do mesmo. O Tempo de transmissão de pedido é o tempo em que o pedido leva para ser entregue na parte que faz a aquisição do material após a formalização. Esse processo pode ser automatizado por meio de softwares de gestão ou então feito manualmente (Ballou, 2007).

É onde o operador logístico irá dar introdução na formação do pedido, respeitando as requisições exigidas pelo cliente. Na preparação do pedido são realizadas as ordens de compras de matéria-prima para a fabricação do produto ou

também itens que fazem parte de sua composição, como por exemplo as embalagens do próprio produto e as embalagens usadas para a proteção do mesmo durante o trajeto, tintas para possíveis acabamentos, objetos que não são fabricados pela empresa e assim por diante.

Imagem 2 – Fluxograma: preparação do pedido.



Referências: Autores, 2023.

5.3.2 Transmissão do Pedido

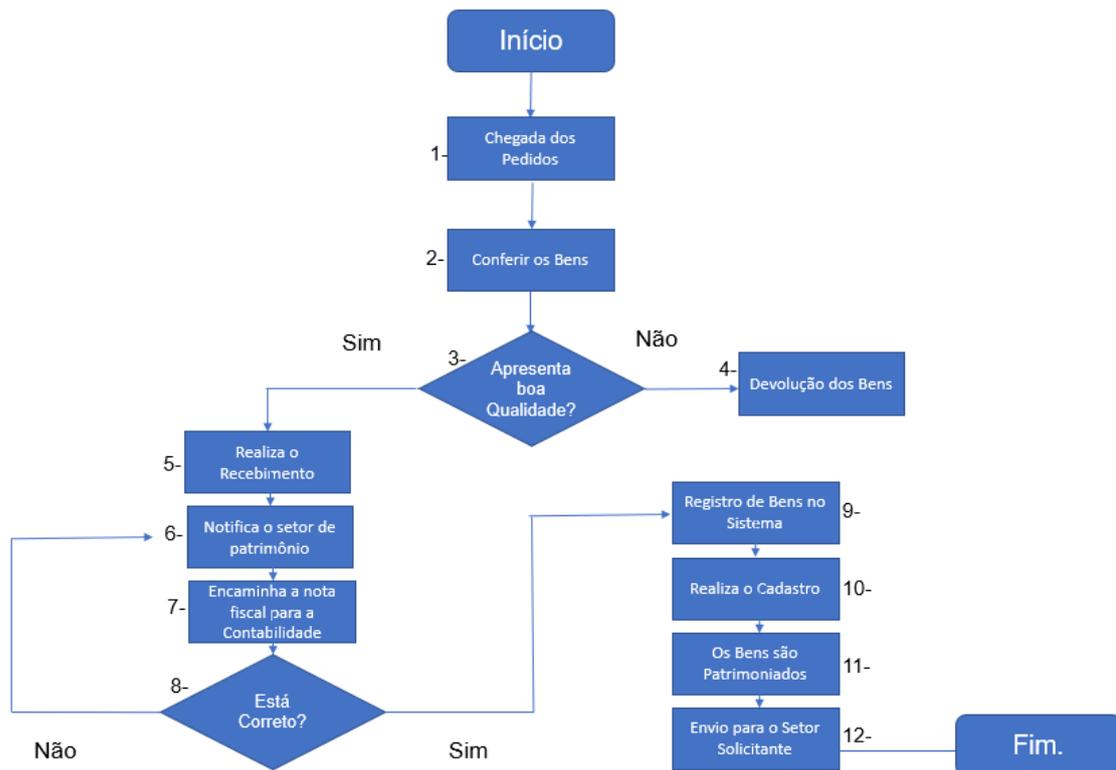
Aqui ocorre a comunicação entre os setores, mais especificamente, o departamento de vendas transfere as informações referente ao pedido para o cliente interno, neste caso o departamento logístico, que irá prosseguir com a formação do produto encomendado. Em empresas de pequeno porte, essa transferência ocorre de forma manual, pela não necessidade de investimento em tecnologias de comunicação, não sendo o caso de empresas maiores e com alta demanda, onde a concorrência precisa ser combatida e as informações transpassadas no mesmo

instante, por isso uma parte de seus recursos deve ser aplicados em serviços de telefone e internet.

5.3.3 Recebimento do Pedido

Quanto ao recebimento de pedidos, é realizada a análise dos elementos correspondentes ao atendimento realizado anteriormente. Dentre elas, (1) verificação da acuracidade de informações do pedido, bem como descrição, número, quantidade e preço, (2) certificar-se de que os produtos estão disponíveis nos registros de estoque para serem encomendados/vendidos, (3) gerar documentação de pedidos em carteira ou de pedidos cancelados caso for necessário, (4) checar a situação de crédito do cliente para evitar inadimplência e (5) efetuar o faturamento.

Imagem 3 – Fluxograma: recebimento do pedido.



Referências: Daniela Meirelles Andrade, fluxograma de processo de recebimento no almoxarifado.

5.3.4 Atendimento do Pedido

Nesta tarefa, ocorre a construção do pedido de fato, pois trata-se da aquisição dos itens utilizados para a preparação do produto, que podem vir através do estoque, da produção, ou de compras feitas pela empresa.

Também possui a função de embalar os pedidos e levá-los para expedição, cuidando de toda a parte burocrática bem como a programação e documentação de embarque.

5.3.5 Acompanhamento do Pedido

Ao fim, quando o pedido é despachado a caminho do consumidor final, inicia-se a comunicação a respeito da localização do pedido, onde é possível rastrear o percurso dele através de uma plataforma digital. Esse procedimento pode ser acessado pelo operador logístico que irá confirmar se os processos estão em conformidade com os planejamentos empresariais e pelo cliente que ficará atento em relação aos prazos prometidos.

6 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

O mercado varejista e de comércio tem um ambiente de extrema competitividade, e foi neste contexto que viabilizamos a atenção para a empresa de cosméticos, de uma microempreendedora, chamada Make a Dez Ltda, que está agregando serviço e competitividade, vendendo produtos de ótima qualidade com preço acessível no mercado.

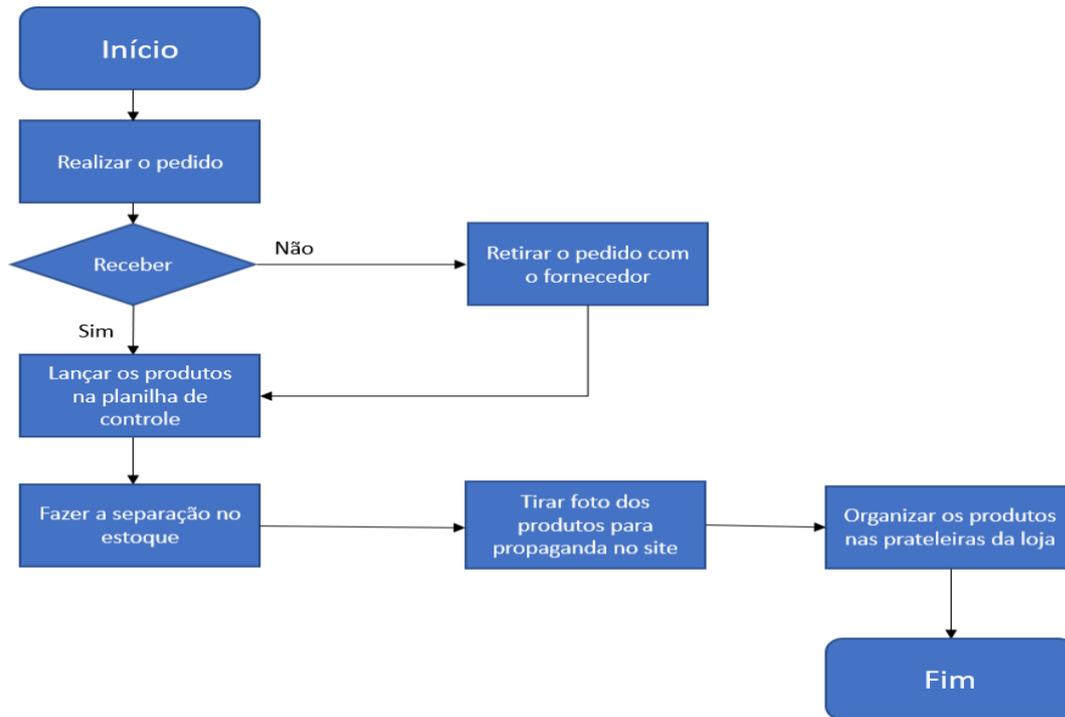
E nesse contexto de atividades necessárias para a movimentação e garantia de estadia no mercado, adotou-se no presente, terminologias e ferramentas, que podem ser úteis para microempreendedores, que possuem a função de melhoria nos processos logísticos de uma empresa, trazendo maior organização e eficácia nos processos da empresa, promovendo o aumento da margem de lucros e processos.

Em face de qualquer coisa a ser feita a Make A Dez Ltda, surgiu em uma época que surgiu a necessidade no mercado, a pandemia trouxe muitos entraves no mundo, que ninguém conseguia ir e vir, Juliana silva de oliveira, começou seu projeto com seu marido, de vender cosméticos em delivery, pois a população não conseguia ir nos estabelecimentos, começando em sua própria casa, fazendo todo processo de compra com fornecedores e revenda para o cliente final, tendo todo um planejamento, a ideia deu tão certo, que tiveram muitos pedidos, que hoje possui loja física com colaboradores.

6.1 O Processamento de Pedidos da Empresa.

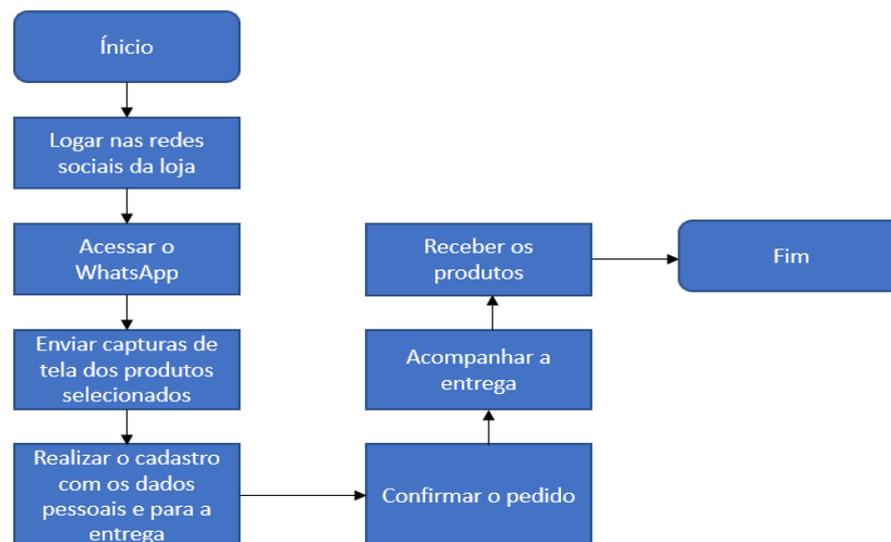
A seguir estão apresentados os fluxogramas que ilustram o processamento de pedidos da empresa estudada, os dados foram coletados a partir de pesquisa de campo e entrevistas com os gestores responsáveis pelo processo de formação do pedido e movimentações realizadas dentro da organização.

Imagem 4 – Fluxograma: processamento de pedidos da Empresa (Vendedor).



Referências: Autores, 2023.

Imagem 5 – Fluxograma: processamento de pedidos da Empresa (Consumidor).



Referências: Autores, 2023.

7 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS

Diante da problemática: “O que pode ocasionar falhas no ciclo de pedidos, dentro da modalidade de vendas e-commerce?”, uma pesquisa de campo foi iniciada. Em uma loja localizada em Mauá-SP, foi possível identificar os processos que fazem parte do ciclo de um pedido dentro de uma loja, que faz a venda de produtos de maquiagem. Na visita técnica foi constatado que o processo em uma loja de pequeno porte, e que não especializou seus serviços logísticos, pode ser bem mais simples do que espera. O desenvolvimento do processo se deu por:

Realizar o pedido ao fornecedor > Retirar o pedido > Lançar os produtos na planilha de controle > Fazer a separação no estoque > Tirar fotos dos produtos para a propaganda no site > Organizar os produtos na loja ...

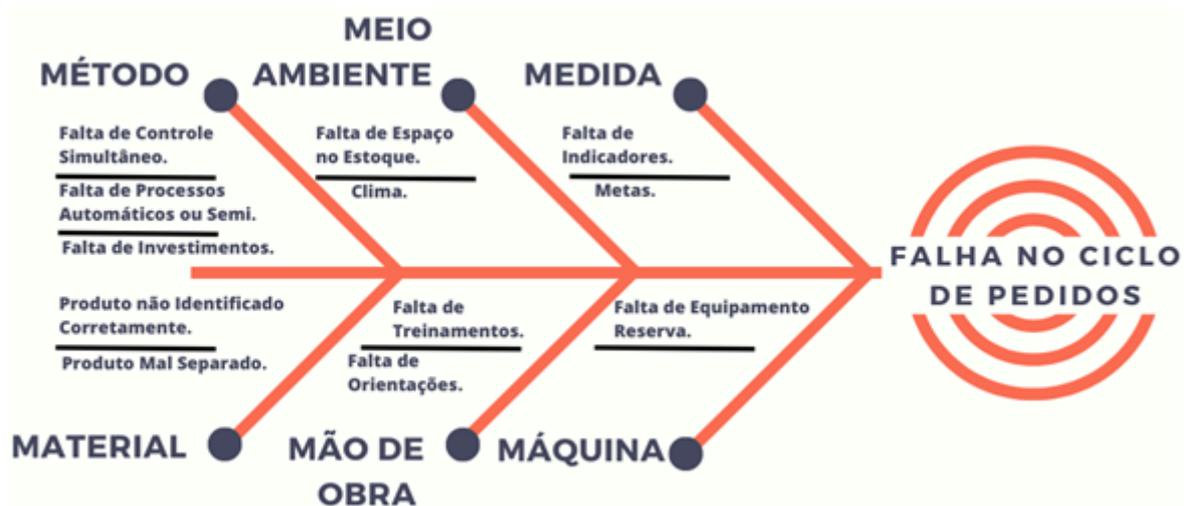
... Receber um pedido pelo WhatsApp > Fazer a separação dos produtos solicitados > Embalar corretamente para envio > Entregar a encomenda ao motoboy > Aguardar pagamento > Finalizar compra.

Visto isso, o processo além de simples, necessita de implementações logísticas para um melhor atendimento aos consumidores finais, pois de acordo com a proprietária:

Muitas vezes os clientes reclamam de ter que ir até o insta (Instagram) para ver os produtos que têm aqui na loja, e isso acaba dificultando algumas vendas, porque para que eu não perca a venda, tento até mesmo mandar umas fotos para salvar. Mas têm uns que não tem acesso ao insta, aí são mais de 400 fotos para mandar, acaba dificultando para mim. (JULIANA, 2023).

Devido a este relato, o diagrama de Ishikawa foi a ferramenta da qualidade utilizada para ajudar a solucionar o problema:

Imagem 6 – Análise dos resultados obtidos através do Diagrama de Ishikawa.



Referências: Autores, 2023.

Entende-se que a situação está voltada para a falta de acessos aos produtos no Instagram, visto isso, utilizamos a ferramenta para especificar corretamente a situação e assim atingir um de nossos objetivos, que é justamente fazer uso de algo que vimos durante o curso. Portanto, um documento em formato PDF que demonstra todos os produtos e traz facilidade ao colocá-los já na caixa de texto do WhatsApp foi desenvolvido de forma básica por nosso grupo, buscando trazer agilidade e eficiência para os próximos pedidos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta apresentada no trabalho de conclusão do curso é justamente compreender o ciclo de pedidos na modalidade de vendas E-commerce. O tema está em grande evidência nos tempos atuais, visto que a pandemia influenciou diretamente na venda e compra de produtos online, e os compradores por sua vez, buscam qualidade em todas as suas compras, pois a evolução da tecnologia aprimorou ainda mais a qualidade e eficiência deste jeito inovador de satisfazer seus desejos direto de casa. O processo de um pedido dentro de uma empresa, pode enfrentar várias situações indesejadas que influenciam diretamente no consumidor final, pois o ciclo do pedido passa por 5 etapas de extrema importância para a efetuação de uma compra bem-sucedida.

A partir da pesquisa de campo realizada, foi possível compreender o processamento de pedidos em uma loja de pequeno porte, que enfrenta problemas na efetuação do pedido com o consumidor final. Foi utilizado uma das ferramentas de qualidade para analisar corretamente a situação, o Diagrama de Ishikawa. Portanto, percebe-se que ao usufruir da ferramenta o objetivo geral do trabalho foi concluído. Ao manuseá-la ficou perceptível que o problema se trata de os clientes não terem acesso ao catálogo de produtos da loja, algo que impossibilita a compra e traz eventuais questões negativas ao estabelecimento, um deles seria a queda das vendas por indicações de clientes que não finalizaram suas compras. Logo após a identificação da situação, a pesquisa de uma maneira para solucioná-lo foi iniciada.

Diante disto, a hipótese de investir em maneiras e ferramentas que melhorassem o erro identificado foi testada. De acordo com tal raciocínio, criamos um PDF com todos os produtos do catálogo, para facilitar o acesso de clientes que não podem obter os produtos pelo Instagram. Mas isso só foi plausível pois a espinha de peixe identificou o problema especificamente, fazendo com que pudéssemos solucionar a falha.

REFERÊNCIAS

- ARIMA, Carlos Hideo; CAPEZZUTTI, David. **Visão Logística Integrada a Partir de Processamento de Pedidos e Nível de Serviço**. 2002. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/2676/2676>> Acesso em: 13 jun. 2023.
- ANDRADE, Daniela Meirelles. **Gestão de patrimônio público: estudo de caso em uma prefeitura municipal localizada no sul de Minas Gerais**. 2021. Disponível em: <https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Fluxograma-de-processo-de-recebimento-no-almoxarifado_fig1_355434863> Acesso em: 22 jun. 2023
- BALLOU, Ronald. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/Logística Empresarial**. 5ª Ed. Porto Alegre: Bookaman, 2007.
- BUTTA, Filipe. **Ciclo do Pedido**. 2020. Disponível em: <<https://saclogistica.com.br/ciclo-do-pedido/>> Acesso em: 12 jun. 2023.
- BUTTA, Filipe. **Processamento de Pedidos**. 2021. Disponível em: <<https://saclogistica.com.br/processamento-de-pedidos/>> Acesso em: 13 jun. 2023.
- CARVALHO, José Crespo. **Logística e Gestão de Abastecimento**. 2ª Ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2017.
- FERNANDES, Dinalva. **MESMO COM RETRAÇÃO NO FATURAMENTO, NÚMERO DE CONSUMIDORES CRESCE 4% NO E-COMMERCE NO 1º TRIMESTRE**. 2022. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/>> Acesso em: 13 jun. 2023.
- FERREIRA, Karine Araújo; ALVES, Maria Rita P. A. **Logística e troca eletrônica de informação em empresas automobilísticas e alimentícias**. 2005. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/prod/a/FMnQmt8r4kCfsnvCMxDFSQB/?format=pdf&lang=pt>> Acesso em: 13 jun. 2023.
- MOURA, Benjamim. **Logística: Conceitos e Tendências**. 1ª Ed. Lisboa: Centro Atlântico, 2006.
- MOURA, Reinaldo. A. **Separação de Pedidos**. 1ª Ed. São Paulo: IMAM. 2003.
- MMURAD FGV. **Ciclo de pedido: saiba como funciona o fluxo logístico e as atividades que envolvem seu processamento**. [2022]. Disponível em: <<https://mmurad.com.br/blog/ciclo-de-pedido-saiba-como-funciona-o-fluxo-logistico/>> Acesso em: 12 jun. 2023.
- MUNDO LOGÍSTICA. **Alex Jiang, da Damon Group, destaca Brasil como ponto central para fortalecimento na América Latina**. 2023. Disponível em: <<https://mundologistica.com.br/>> Acesso em: 16 jun. 2023.
- NAZÁRIO, Paulo. **A Importância de Sistemas de Informação para a Competitividade Logística**. [2020]. Disponível em: <<http://www.tecspace.com.br/paginas/aula/faccamp/TI/Texto04.pdf>> Acesso em: 13 jun. 2023.

APÊNDICE**TERMO DE CONSENTIMENTO LEGAL****DADOS DE IDENTIFICAÇÃO**

Título do projeto: _____

Professor responsável: _____

Instituição: _____

Nome do voluntário: _____

Nome do Estabelecimento: _____

CNPJ: _____

Eu _____, declaro ter sido informado(a) e concordo em participar da entrevista – bem como liberar a utilização de minhas informações para fins acadêmicos e de pesquisa – para o projeto de pesquisa acima descrito.

Assinatura do entrevistado

Assinatura do entrevistador

Testemunha