

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE ITAQUAQUECETUBA

CARLOS MIGUEL DA SILVA VERISSIMO

LOGISTICA EM EMPRESAS DE *MARKETPLACE*

ITAQUAQUECETUBA - SP

2021

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE ITAQUAQUECETUBA

CARLOS MIGUEL DA SILVA VERISSIMO

LOGISTICA EM EMPRESAS DE *MARKETPLACE*

Trabalho de Graduação apresentado à banca examinadora da Faculdade de Tecnologia de Itaquaquecetuba, para a obtenção do grau de tecnólogo em Gestão Comercial sob a orientação da Profa. Ma. Maria de Lourdes Gomes Pereira.

ITAQUAQUECETUBA, SP

2021

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE ITAQUAQUECETUBA

CARLOS MIGUEL DA SILVA VERISSIMO

LOGISTICA EM EMPRESAS DE *MARKETPLACE*

Trabalho de Graduação apresentado à banca examinadora da Faculdade de Tecnologia de Itaquaquecetuba, para a obtenção do grau de tecnólogo em Gestão Comercial sob a orientação da Profa. Ma. Maria de Lourdes Gomes Pereira.

Aprovado em

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Francisco Claudio Tavares

Faculdade de Tecnologia de Itaquaquecetuba – SP

Profa. Ma. Maria de Lourdes Gomes Pereira

Faculdade de Tecnologia de Itaquaquecetuba – SP

Profa. Dra. Telma Maria Vieira

Faculdade de Tecnologia de Itaquaquecetuba – SP

RESUMO

A logística é uma das principais áreas de uma empresa de *Marketplace*, tendo em vista a grande necessidade de entregas dos produtos vendidos *online* em seus sites. Apresentaremos o conceito de logística, as suas funções e os 4 modelos que representa os principais setores, onde contem entre 1 e 2 terços do custo real de uma empresa. Dentre os principais modelos apresentados, temos a logística de distribuição, onde as empresas são contratadas para efetuar o envio dos produtos vendidos e/ou as matérias primas para a confecção das mercadorias, entrando no modo atual de armazenagem e distribuição denominado de *Marketplace* que é como um *shopping* do mundo virtual. Buscando as vantagens apresentadas por este modo de armazenagem e distribuição, temos o sistema de envios do mercado livre *Full*, onde o vendedor “entrega” o seu estoque para a empresa e somente efetua as vendas que esta cada vez maior com a demanda de uso do mundo virtual para as compras no site, deixando toda a burocracia do envio ao cliente. Concluindo o estudo com as considerações, apresentando o resultado buscado e demonstrando as vantagens da logística em empresas de *Marketplace*.

Palavras-Chaves: **Logística, Marketplace, Armazenagem e Distribuição.**

ABSTRACT

Logistics is one of the main areas of a Marketplace company, in view of the great need for deliveries of products sold online on their websites. We will present the concept of logistics, its functions and the 4 models that represents the main sectors, where it contains between 1 and 2 thirds of the actual cost of a company. Among the main models presented, we have the distribution logistics where the companies are contracted to ship the products sold and/or the raw materials for the manufacture of goods, entering the current mode of storage and distribution called Marketplace which is like a shopping mall of the world virtual. Seeking the advantages presented by this mode of storage and distribution, we have the full free market shipping system, where the seller "delivers" your stock for the company and only makes sales that is increasing with the demand of use of the virtual world for purchases on the site, leaving all the bureaucracy of sending to the customer. Concluding the study with the considerations presenting the searched result and demonstrating the advantages of logistics in Marketplace companies.

Keywords: **Logistics, Marketplace, Storage and Distribution.**

RESUMEN

La logística es una de las principales áreas de una empresa de Marketplace, en vista de la gran necesidad de entregas de productos vendidos online en sus webs. Presentaremos el concepto de logística, sus funciones y los 4 modelos que representan los principales sectores, donde contiene entre 1 y 2 tercios del coste real de una empresa. Entre los principales modelos presentados, tenemos la logística de distribución, donde se contratan empresas para enviar los productos vendidos y/o materias primas para la fabricación de mercancías, entrando en el modo actual de almacenamiento y distribución llamado Marketplace que es como un centro comercial de mundo virtual. Buscando las ventajas que presenta este modo de almacenamiento y distribución, contamos con el sistema completo de envío al mercado libre *Full*, donde el vendedor "entrega" su inventario a la empresa y solo realiza ventas que va aumentando con la demanda de utilizar el mundo virtual para compras en el sitio, dejando toda la burocracia de envío al cliente. Concluir el estudio con las consideraciones, presentar los resultados buscados y demostrar las ventajas de la logística en las empresas de Marketplace.

Palabras clave: **Logística, Marketplace, Almacenamiento y Distribución.**

Sumário

Introdução	8
1 Metodologia.....	9
2 Problema De Pesquisa.....	10
3 Objetivos	11
3.1 Objetivo Geral	11
3.2 Objetivos Específicos	11
4 Logística	12
4.1 Funções Da Logística.....	12
4.2 Tipos De Logística.....	13
5 <i>Marketplace</i>	15
5.1 Vantagens do <i>Marketplace</i>	15
5.2 Sistema Logístico Do Mercado Envios <i>Full</i>	15
5.3 Armazenagem e Envio	16
5.4 Demanda De Vendas <i>Online</i>	16
Considerações Finais	18
Referências	20

Introdução

Devido á alta demanda de mercadorias e as restrições das lojas físicas nos país e no mundo por conta do COVID-19, o sistema de *Marketplace* foi o que mais gerou lucro em meio à crise.

A área de logística é um dos setores de suma importância, independentemente do porte ou segmento da empresa, para que seja uma operação perfeita é necessário que o gestor tenha conhecimentos amplos dos custos e despesas operacionais, pois a falta de controle e familiaridade geram altos custos para empresa, acarretando prejuízos para todo o sistema de *Marketplace*.

O objetivo deste trabalho é demonstrar a importância do *Marketplace* e apresentar os conceitos logísticos e os métodos de transporte que são adotados para a obtenção de agilidade nas entregas e garantir o lucro para a empresa e a satisfação de seu cliente.

De acordo com a abordagem acima, o presente trabalho tem como o tema a logística em empresas de *Marketplace*, o que leva ao questionamento: Como os processos logísticos das empresas de *Marketplace* podem gerar vantagem competitiva em relação às demais empresas?

Tendo como o meio a pesquisa bibliográfica, identificaremos as vantagens e facilidades de aplicações dos métodos apresentados e concluiremos as maiores necessidades do setor de logística.

1 Metodologia

Será feita através da leitura dos livros relacionados ao tema proposto que serão apresentados os argumentos.

O material documentado, juntamente ao desenvolvimento e análise serão organizados no relatório de pesquisa.

A pesquisa será desenvolvida por plataformas online, onde será apresentado as questões condizentes com os temas abordados.

2 Problema De Pesquisa

Como os processos logísticos das empresas de *Marketplace* podem gerar vantagem competitiva em relação às demais empresas?

3 Objetivos

3.1 Objetivo Geral

Demonstrar a importância da logística em uma empresa de *Marketplace*.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Demonstrar a importância dos preços na lucratividade da empresa.

3.2.2 Apresentar conceitos que comprovem a importância da logística nas entregas de mercadorias.

3.2.3 Identificar os possíveis efeitos do processo logístico da empresa.

4 Logística

A palavra Logística vem do grego *Logistikos* que significa cálculo e raciocínio, supostamente sendo usada pela primeira vez na Grécia antiga pelos militares para a distribuição dos suprimentos de guerra.

Atualmente a Logística de uma empresa é utilizada para satisfazer a demanda dos clientes com o menor custo de operação fazendo o gerenciamento do fluxo de produtos, desde o ponto de fornecimento (empresa) até o ponto de consumo (cliente), para Dias (1993, p.132),

“logística é a atividade que visa coordenar o fluxo de materiais, produtos e serviços, através de equipamentos e mão de obra especializada, chegando sua responsabilidade até o serviço de pós venda, enfatizando a minimização de custo, a satisfação do consumido e a conquista de vantagem competitiva”.

Sendo assim, é o processo de estratégia, aquisição, movimentação e armazenagem de matérias, peças e estoques finais, tendo os principais meios de informação ligados aos seus canais de comercialização.

4.1 Funções Da Logística

A principal função da logística é poder viabilizar o melhor modo de otimização dos recursos como os suprimentos, estoques e a distribuição dos produtos armazenados, respondendo pela movimentação dos materiais internos e externos, iniciando com a chegada do material no armazém até a entrega ao cliente.

No atual momento que o mundo está passando, em que muitas lojas e empresas estão com as portas fechadas pelo motivo da pandemia¹, os clientes se adaptaram ao mundo virtual para as compras, desde compras rotineiras como em supermercado online, e outros casos a aquisição de itens maiores como, por exemplo, um carro. Nessa demanda crescente o setor de logística

¹ Decretada pela OMS (Organização Mundial da Saúde) em 11-03-2020. Disponível em: < <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus> > Acesso em: 22 mai, 2021

agiliza o processo e consegue gerir a demanda por mais agilidade nas entregas, fidedignidade de informação e engajamento.

4.2 Tipos De Logística

Os setores da logística são áreas de suma importância para a empresa, pois nela além de conter o material a ser vendido desde o recebimento da matéria prima até o produto final a ser entregue, tem o contato direto com o cliente e com isso pode gerar o lucro ou o prejuízo da empresa. A agilidade nas entregas e o armazenamento de grandes estoques ajudaram a criar o conceito de *Marketplace*. Com a alta demanda, o setor de logística está cada dia mais requisitado, não só no setor de entregas, mas também nos outros tipos de logística segundo Miyata (2019) disponíveis no mercado sendo elas, “Logística de produção; Logística reversa; Logística de abastecimento e Logística de distribuição”.

- **LOGÍSTICA DE PRODUÇÃO**

A logística de produção envolve a transformação da matéria-prima no produto final. Sendo responsável pelo controle da fabricação, montagem, transporte e armazenamento do produto finalizado, abrangendo a gestão de produção e otimizando os processos de armazenagem.

- **LOGÍSTICA REVERSA**

Logística reversa é encarregada de gerenciar a sustentabilidade da empresa, criando processos e técnicas para benefícios ao meio ambiente, evitando o desperdício e uso indevido dos materiais.

- **LOGÍSTICA DE ABASTECIMENTO**

Área encarregada de garantir a qualidade, preços atrativos, estoques eficientes e acessibilidade ao material (matéria-prima ou produto final). Manuseando os materiais, que são um dos principais fatores geradores de custos para as empresas, efetuando o processo com eficiência acarretará com

o custo baixo e assim trazendo preços atrativos para toda a cadeia de abastecimento.

- **LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO**

Tem como principal função a distribuição do material, definindo as melhores rotas e distribuição para entrega eficaz. O setor é responsável também pelo controle das mercadorias em estoque, monitorando todas as entradas e saídas das mercadorias.

A logística é fundamental para uma empresa, segundo Ballou (2015, p. 26) “Para a maioria das firmas, o transporte é a atividade logística mais importante simplesmente porque ela absorve, em média, de um a dois terços dos custos logísticos”, principalmente no mercado competitivo onde a oferta e a redução de custo são os principais pontos para a obtenção de lucros.

Além de conter o material a ser vendido desde o recebimento da matéria prima até o produto final a ser entregue, as empresas de logística tem o contato direto com o cliente com isso pode trazer a empresa o lucro ou o prejuízo. A agilidade nas entregas e o armazenamento de grandes estoques conhecidos como CD (*Cross-docking*) criaram o novo sistema de entregas rápidas, para Brandalise (2017, p. 158) “O CD funciona como um *hub* numa área de passagem de transição e de fluxo contínuo de mercadorias”, ajudando a criar o conceito de *Marketplace*.

5 Marketplace

Com o aumento das vendas *online*, surgiram novos métodos de vendas como o *Marketplace*, segundo Zacho (2017), “O *Marketplace* é o modelo de negócios que surgiu no Brasil em 2012, também é conhecido como uma espécie de *Shopping Center* virtual”, sendo mediado por uma empresa que tem grandes armazéns em locais estratégicos e uma grande malha logística para entregas.

Com o crescimento da demanda do mercado virtual, o conceito aplicado por algumas empresas de grande porte, engajou pequenas e médias empresas a utilizarem a mesma fórmula de *Marketplace*.

5.1 Vantagens do *Marketplace*

Com o aumento da procura das lojas para o sistema *Marketplace* buscando a maior visibilidade nas vendas, para Sponchiado (2015), “Expor os produtos em sites com um nome forte no mercado de *e-commerce*, visitados por milhares de consumidores todos os dias” é uma das principais vantagens de anunciar os produtos em uma *Marketplace*, e a possibilidade de estar junto com os concorrentes de uma forma que não atrapalhe as vendas.

Com o anúncio em uma das maiores empresas que tem o *Marketplace* como o Mercado Livre, que trabalha com o sistema próprio de envios das mercadorias, possibilitando que a entrega seja rápida e com baixo custo para o vendedor.

5.2 Sistema Logístico Do Mercado Envios *Full*

Com o sistema mercado envios *full*², os vendedores só precisam enviar os produtos para o centro de distribuição e o Mercado Livre cuidará do armazenamento, embalagem, envio do produto e do atendimento pós-venda. Enviando o produto no mesmo dia da compra, o produto chega ao cliente com

² Um dos modos de envios disponibilizados pela empresa para os vendedores do *Marketplace* do site. Disponível em: < <https://vendedores.mercadolivre.com.br/nota/mercado-envios-full-seguranca-e-velocidade-nas-suas-entregas-nuevo/> > Acesso em: 22 mai, 2021

maior rapidez, reduzindo os custos de armazenamento, embalagens e até mesmo o custo com o transporte com transportadoras terceirizadas, possibilitando aos vendedores um lucro maior, diante do que seria com os processos feitos por conta própria.

5.3 Armazenagem e Envio

Como apresentado anteriormente, o sistema *full* ajuda a loja que vende seus produtos no *Marketplace* do Mercado Livre a armazenar seu estoque em galpões em pontos estratégicos do estado de São Paulo e também em outros estados do país. O armazenamento destes produtos em locais próximos a rodovias, aeroportos, possibilitando a entrega no dia seguinte para os compradores da cidade de São Paulo. Gerando uma publicidade positiva para a loja e também para o *site* onde estão hospedados os produtos.

O envio é feito pela transportadora própria e por empresas parceiras, que coletam os produtos em seus centros de armazenagem e entregam na casa dos clientes, muitas vezes no mesmo dia.

5.4 Demanda De Vendas *Online*

Com os decretos de fechamento de lojas e *shoppings* por diversos estados para contenção do COVID-19, a demanda de vendas na *web* cresceu em 41%³ no ano de 2020 comparado a 2019 conforme um estudo Webshoppers apresentado por Lotufo (2021) feito pela empresa (EBIT/NIELSEN & BEXS BANCO, 2021).

Com a alta demanda de vendas pela *internet*, as empresas que têm o *Marketplace* foram as que obtiveram maiores altas, como o Mercado Livre, Magazine Luiza e Americanas.com, motivando as empresas a começarem um grande investimento na modernização de seus sistemas digitais e também na sua frota de envio de mercadorias para o atendimento da maior quantidade de pedidos *online*.

³ Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/faturamento-das-vendas-online-cresce-41-no-brasil-em-2020-veja-5-tendencias-vededoras/> Acesso em: 23 mai. 2021

O crescimento de 41% das vendas demonstra a preferencia atual do mercado, onde os clientes buscam seus produtos na forma *online* pela comodidade, facilidades de pagamentos e pela agilidade na entrega das mercadorias (muitas vezes entregues no dia seguinte, como no caso dos envios *Full*), elevando a quantidade de visitas nos *sites* das grandes empresas que tem sites com o sistema *Marketplace* e aumentando o lucro dos vendedores que expõe seu produto neste formato de vendas.

Considerações Finais

O objetivo deste trabalho foi demonstrar a importância da logística para as empresas de *Marketplace* constatando conceitos e métodos que poderão auxiliar as empresas no processo logístico. Muitos gestores e vendedores por falta de conhecimento acabam gerando altos custos para a empresa, efetuando a entrega da mercadoria por meios que têm o valor de envio elevado e com os custos de embalagens e armazenamento.

Para sintetizar a pesquisa, foram evidenciados os fatores que incidem no maior custo para a empresa, independente do tipo de logística escolhido pelo gestor. Tendo em vista que esta entre um e dois terços o custo operacional da logística, o tipo abordado tem que ser competitivo para as empresas, trazendo benefícios para os vendedores como: armazenamento, embalagens e sistema de envios e também para o cliente como a agilidade das entregas em todo o território nacional.

No primeiro capítulo, foi explicado a definição de logística com a finalidade de esclarecer a sua eficiência e importância quando feita corretamente; Em seguida, foram abordados os tipos de logística, explicando cada função, trazendo a importância que a logística de distribuição (tema abordado neste trabalho) tem para a empresa, introduzimos o sistema de armazenagem conhecido como CD (*Cross-docking*) que é eixo principal das empresas de *Marketplace*.

Posteriormente, foi abordado o modelo de *Marketplace* trazendo suas vantagens e benefícios, que buscam ajudar os gestores e vendedores a ter o maior lucro e ter a satisfação dos clientes. Para que, logo após, fossem demonstrados as ferramentas e os métodos para auxiliar os gestores e vendedoras na escolha do modelo *Marketplace* onde encontram facilidade de armazenagem das mercadorias, o sistema de envios rápidos (mercado envios *Full*) e contam com o maior fluxo de demanda de vendas na *web*.

Diante da pesquisa feita, é importante atenuar que o gestor ou o vendedor deve escolher o modelo logístico que mais se enquadre em seu cenário, pois a situação de cada empresa é relativa. Entretanto, o que se conclui é que se deve ter pleno conhecimento em todo o conteúdo que foi

abordado nesta pesquisa para que se saiba escolher o tipo logístico adequado para o funcionamento da empresa no modelo de *Marketplace*, a fim de se manter no mercado que a cada dia está mais competitivo e com maior demanda.

Referências

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição física / Ronald H. Ballou; tradução Hugo T.Y. Yoshizaki – São Paulo: Atlas, 2015

BRANDALISE, Loreni Teresinha. **Administração de Materiais e Logística** – Porto Alegre: Simplíssimo, 2017

DIAS, Marco Aurelio P.. **Administração de materiais** - São Paulo: Atlas, 1993

LOTUFO, Érico. **Faturamento das vendas online cresce 41% no Brasil em 2020** – 2021. Disponível em: < <https://www.infomoney.com.br/negocios/faturamento-das-vendas-online-cresce-41-no-brasil-em-2020-veja-5-tendencias-vencedoras/> > Acesso em 23 de mai. de 2021

MIYATA, Diógenes Ferreira. **Os 4 tipos de logística que você precisa conhecer!** – 2019. Disponível em: < <https://academiadalogistica.com.br/tipos-de-logistica/> >. Acesso em 22 de abr. de 2021

SPONCHIADO, Ricardo. **7 Vantagens de vender em um Marketplace?** – 2015. Disponível em: < <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/7-vantagens-de-vender-em-um-marketplace/> >. Acesso em 22 de mai. de 2021

ZACHO, Ricardo. **O que é Marketplace?** – veja as vantagens e desvantagens-2017. Disponível em: < <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/marketplace-vantagens-e-desvantagens/> >. Acesso em 22 de mai. de 2021