

A IMPORTÂNCIA DA LOGÍSTICA PARA O E-COMMERCE

Gabriel Vitor Sacilotti Silva
sacilotti.adm@gmail.com

Julia de Moraes das Chagas
julia.moraes.chagas@outlook.com

Lucas Pagano Rodrigues
lucpagano.11@gmail.com

Natalie Alencar de Oliveira Andrade
nataliealencar1@gmail.com

Vitório Augusto Tuxen dos Santos
ariellucatumendossantos@gmail.com

RESUMO: Este trabalho tem como principal foco apresentar a importância da Logística para o *e-commerce*, visando o nosso cenário atual e todas as mudanças nas quais estamos submetidos a ter diante tantas tecnologias que ainda estão por vir. Por meio de pesquisas e observações, foi possível identificar como está sendo o processo de gestão das empresas de *e-commerce* e quais são suas estratégias destinadas a obterem sucesso e tornar o público-alvo satisfeito. Concluiu-se que a tendência do *e-commerce* crescer e das lojas físicas diminuírem é cada vez mais certa, e que se utilizada de forma correta pelas novas empresas virtuais, a Logística será um fator de grande importância para a evolução, cada vez mais precoce, das negociações pela *internet*.

PALAVRAS-CHAVE: Logística; *e-commerce*; gestão.

1. INTRODUÇÃO

1.1 Situação-problema

Essa pesquisa tem por objetivo apresentar a importância que os modelos de Logística e suas ferramentas têm para o sucesso de um *e-commerce*, então primeiramente será apresentado a conceituação de Logística, juntamente com seus modelos e ferramentas, e de *e-commerce* com a intenção de que o leitor entenda

Alunos do Ensino Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio, na Etec de Poá, Poá/SP, Centro Paula Souza. Orientados pela Profa. Tânia Regina Cirillo.

sobre o assunto a ser abordado, logo após pretende-se apresentar como esse modelo de negócio lida com a Logística, sendo ela para estoque ou entrega, para então, por fim, analisar qual o modelo mais usado e o porquê de ele ter essa posição.

1.2 Questão orientadora

Qual a importância da Logística para o sucesso do *e-commerce*?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Apresentar, por meio de dados e pesquisas, exemplos reais em que a Logística contribuiu para o faturamento de empresas por meio do *e-commerce*.

1.3.2 Objetivos específicos

- Registrar a conceituação de Logística e do *e-commerce*;
- Apresentar como a Logística lida com o *e-commerce*;

1.4 Hipóteses

O volume de transações do *e-commerce* teve um grande aumento durante o período de pandemia, e vai aumentar cada vez mais ao longo do tempo. É importante que o gestor desse tipo de negócio tenha na Logística uma parceira para maximizar resultados.

1.5 Justificativas

1.5.1 Pessoal

O presente projeto de pesquisa agregará aos autores o aprofundamento e o entendimento em relação a como a Logística está presente no *e-commerce*.

1.5.2 Social

Este trabalho favorecerá a sociedade, em geral, a melhor compreender como a Logística é uma aliada do comércio eletrônico (*e-commerce*).

1.5.3 Científica

As informações apresentadas neste projeto são importantes para difundir a aplicabilidade do conhecimento e a disseminação do mesmo, de modo a favorecer o empreendedorismo.

1.5.4 Institucional

Este trabalho poderá contribuir como fonte de pesquisa para futuros trabalhos e reconhecimento para a instituição.

1.6 Metodologia

Pesquisas bibliográficas

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. Primeiros conceitos: e-commerce e Logística

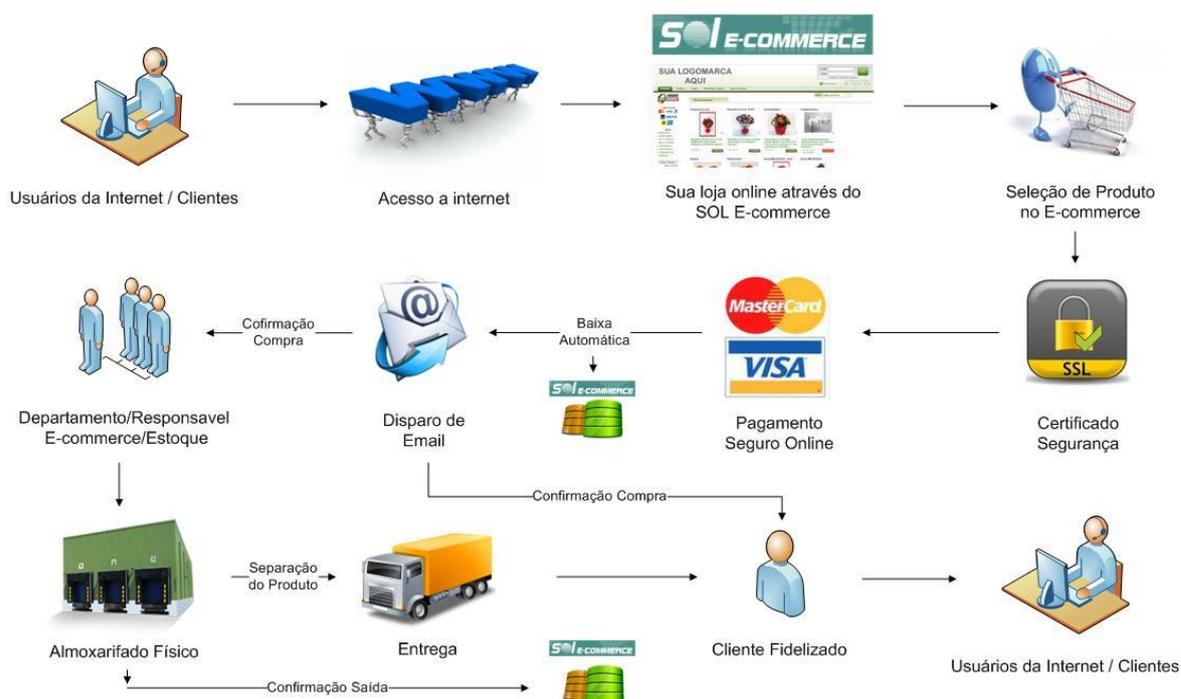
O *e-commerce* e a Logística são aliados, onde pode-se dizer que o primeiro não sobrevive sem o segundo. É uma sincronia necessária para que o *e-commerce* funcione de forma efetiva, por este motivo será apresentado a conceituação de cada um deles, para que não haja dúvida sobre as individualidades de cada um ao decorrer da pesquisa.

O *e-commerce*, ou comércio eletrônico, é a modalidade de compra totalmente *online*. O cliente escolhe seus produtos por dispositivos eletrônicos como celulares, computadores, *tablets* e *notebooks*, finaliza a compra e realiza o pagamento, tudo isso dentro de uma plataforma digital.

No senso comum, o entendimento do comércio eletrônico é apenas isto, porém este vai além. O comércio eletrônico é repleto de processos, de forma resumida eles se dão da seguinte forma:

Figura 1 – Processos do *e-commerce*

Fluxo Modelo - Processo de Vendas do E-commerce



Fonte: Roisoft (2006)

De forma mais holística é possível perceber que o *e-commerce* se inicia na divulgação de um anúncio em uma mídia social, na identificação do público-alvo, e no direcionamento da comunicação..

Além dos processos de compra, o *e-commerce* se baseia, principalmente, na divulgação e promoção de seus produtos ou serviços — uma vez que as duas coisas podem ser vendidas *online* — por meio do *marketing digital*. Dessa forma, essa parte da conquista dos clientes também costuma ser feita pela *internet*. (SILVESTRE, 2021)

Segundo Louzada (2021), Logística é um processo de planejamento e execução, para transportar e armazenar matérias primas e/ou produtos acabados. O objetivo da Logística é deixar o serviço mais eficiente com um custo justo para que a organização consiga atender o cliente de forma satisfatória sem comprometer sua margem de lucro.

Dentro da Logística existem diversas formas de transportes e armazenagem. Na parte de transportes existem tanto os locais quanto os de maiores trajetões.

O transporte marítimo é o principal modelo de transporte internacional, sendo responsável por 90% das transações. Este é utilizado para todos os tipos de carga, Alunos do Ensino Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio, na Etec de Poá, Poá/SP, Centro Paula Souza. Orientados pela Profa. Tânia Regina Cirillo.

desde que bem armazenadas, e recomenda-se levar cargas de menores valores agregados. O transporte marítimo é responsável pela movimentação da carga através dos mares e oceanos, podendo ser trajetos de longa ou curta distância, que ocorre por meio de embarcações como, barcos, navios e transatlânticos. Embora o Brasil tenha dimensões continentais e costas marítimas de longo trajeto, o transporte sofre com graves problemas dentro do país, como custos altos, precariedade dos portos, fiscalização, burocracias e alguns outros fatores que dificultam o crescimento deste modelo de transporte para fins domésticos, fazendo o país utilizar deste modal mais para transportes de longos percursos.

O transporte ferroviário assim como o marítimo, é um modal de transporte que geralmente é destinado para cargas grandes e pesadas, tendo por vantagem o baixo custo, por conta do uso de pouco ou nenhum combustível; tem menor riscos de acidentes por transitar em trilhos sem contato com outros veículos, por outro lado tem também as suas desvantagens que leva o mesmo a necessitar de outro modal para que a carga chegue até ele, maior risco em perda de produtos e possui rotas fixas e inflexíveis, impossibilitando a uma rota mais estratégica, com menor trajeto. Este é destinado para cargas como, minérios, produtos agrícolas, siderúrgicos e alimentares, o modal tem um deslocamento de forma mais lenta. O Brasil não investiu muito neste modal, pois o transporte rodoviário é mais atrativo para arrecadação de impostos e venda de combustíveis.

Já o transporte aéreo tem como principal característica o pouco tempo que ele leva para percorrer distâncias longas, já o mesmo não enfrenta trânsito e/ou lentidão. Para este meio de transporte, os custos com embalagens são reduzidos, já que não haverá tanto manuseio com o produto, por outro lado o limite de carga é inferior aos citados anteriormente. Uma vantagem é que esse meio de transporte pode ser realizado tanto em aeronaves específicas para o transporte de cargas, como no porão de aviões que estejam transportando pessoas, fazendo assim o custo ser reduzido. Este é um dos únicos que possibilitam a entrega da carga no mesmo dia, em distâncias enormes.

Tem também o transporte rodoviário que é aquele que se desloca por rodovias e ruas sendo essas pavimentadas ou não. Para este modal são utilizados veículos automotores, como carros, caminhões, ônibus e até mesmo motocicleta. Este é o meio de transporte mais utilizado no mundo inteiro, o mesmo é recomendado para percorrer

trajetos menores, tendo em conta que ele é dinâmico e ágil. Apesar de sua importância, este apresenta custos elevados, inclusive se comparado aos outros modais, isso se deve ao alto preço do petróleo e o alto custo de manutenção das rodovias, e o alto risco de acidente.

E por último o transporte dutoviário ou tubular que é o modal que leva a mercadoria por meio de tubos que vão da transportadora até o cliente, este costuma levar produtos como óleo, gases e produtos químicos, através da gravidade ou pressão.

Existem quatro modelos de transportes dutoviários, sendo eles:

- Subterrâneos: dutos não visíveis, pois estão localizados abaixo da terra;
- Aparentes: dutos visíveis, encontrados geralmente nas estações de abastecimento;
- Aéreos: dutos construídos suspensos em terrenos que apresentam relevo acidentado, bem como para atravessar rios ou vales;
- Submarinos: dutos submersos no fundo do mar, geralmente utilizados para o transporte de petróleo nas plataformas marítimas.

Após os transportes temos os modelos de armazenagem que segundo Maxton (2020), são:

- Modelo de Estoque Tradicional;
- Modelo de Estoque Compartilhado;
- Modelo de Estoque em Poder de Terceiros;
- Modelo de Estoque utilizando *Cross Docking*;
- Modelo de Estoque utilizando *Drop Shipping*;
- Modelo de Estoque Consignado;
- Modelo de Estoque Híbrido.

2.2. O papel da Logística no e-commerce

Para um bom planejamento da Logística para *e-commerce* é importante conhecer muito bem esse processo, sabendo quais são as etapas envolvidas, como monitorá-las e o que fazer para melhorar seu desempenho. Afirma Bruna Brandão (2019).

Um dos pontos mais importantes que devem ser levados em conta quando se tem um negócio deve ser a experiência do consumidor. A Logística atua nesse ponto.

A Logística é essencial para garantir a fidelidade dos clientes, para isso ela

precisa atuar em alguns pontos. O primeiro ponto é o estoque, o comércio precisa garantir que haja oferta suficiente para todas as pessoas que escolhem comprar em seu site. O segundo ponto é ter um frete atrativo, conseguir que o cliente pague menos pelo frete é ótimo para o negócio. O último ponto é o valor do produto, que é decisivo, já que para o consumidor só valerá a pena gastar mais dinheiro se aquele produto não estiver disponível onde o comprador reside. Qualquer erro cometido em qualquer um desses pontos pode ser decisivo na sobrevivência da sua empresa, visando o fato de que denúncias se espalham muito mais rápido em sites de reclamações e redes sociais (principalmente para lojas *online*). Segundo Ivan de Souza (2019).

Uma pesquisa sobre Logística promovida pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) em 2018 indica que 61% das lojas virtuais têm como principal problema o atraso nas entregas. Extravios, furtos e roubos são os principais problemas para 39% dos entrevistados.

Pensando em grandes marcas de *e-commerce* como *Amazon* e Mercado Livre percebe-se uma relação de confiança entre os consumidores finais e os vendedores, essas plataformas conseguiram firmar tal confiança garantindo pontualidade, segurança e preços competitivos.

2.3. A expansão do e-commerce durante a pandemia

Desde seu surgimento, há décadas, o *e-commerce* vem crescendo constantemente, trazendo cada vez mais variedades de produtos e serviços possíveis para compras *online* e, em 2020, quando a pandemia do coronavírus teve início, forçando as pessoas de todo o mundo a ficarem em quarentena dentro de suas casas, a sociedade teve de se adaptar às compras pela *internet*, pois ir ao mercado para fazer compras seria muito arriscado. E com esse intuito, empresas do mundo inteiro expandiram os negócios de suas lojas físicas para as lojas virtuais, assim, fazendo do *e-commerce* uma plataforma mercantil de fundamental importância, tanto para os consumidores, quanto para os vendedores e empresários.

FIGURA 2 – Evolução do faturamento do *e-commerce* no Brasil

pesquisas realizadas pela *Mastercard* (empresa americana do setor de pagamentos), em 2020.

Ainda para o ano de 2021 e para os próximos anos, certamente a tendência é que o crescimento continue em ascensão e as compras *online* se tornem cada dia mais acessíveis, conforme comenta Gallegger Ilhe (2021).

Segundo o relatório mais recente da *Webshoppers* (2020), citado por Larissa Borges (2020), 36% da população brasileira é formado por *digital buyer*, isto é, pessoas que compram *online* com frequência, fato que coloca o nosso país em primeiro lugar no quesito faturamento na América Latina.

É notório pelos próprios empreendedores que os consumidores sempre procuram serviços mais fáceis e acessíveis, destarte, o *omnichannel* passará a ser uma estratégia muito utilizada pelas empresas. O *omnichannel* se baseia no uso simultâneo e interligado de diferentes canais de comunicação, a fim de aprimorar a experiência do cliente, como por exemplo, o cliente pode estar dentro de uma loja física e utilizar o aplicativo da marca para procurar um produto específico, e ao encontrá-lo, fazer o pedido com um dos vendedores da loja física e ainda, optar por receber sua entrega em casa.

A compra por outras plataformas também será uma das tendências do *e-commerce*, segundo Gallegger Ilhe (2021), o que redes sociais já começaram a fazer, tendo como o exemplo o Instagram, que iniciou a função "*Instagram Shopping*" recentemente, a fim de fazer com que os usuários possam comprar um produto sem sair da rede social.

Uma outra estratégia, que possivelmente crescerá cada dia mais afirma Larissa Borges (2020), principalmente por conta da pandemia, é a venda D2C (do inglês, *direct to customer*), que foge da venda tradicional, no qual é caracterizado pelo fornecimento de produtos diretamente da indústria, passando pelas lojas, e assim revendendo para o consumidor final. No cenário atual (em que se utiliza D2C), elimina-se o processo de vendas onde há intermediários, representando um custo de distribuição menor com margem de lucro maior.

Conforme é dito a partir de um estudo efetivado pela *Smart Insights* (plataforma que auxilia profissionais de *marketing*), no ano de 2020, 90% do tráfego em dispositivos móveis são provenientes de aplicativos. Assim sendo, surgiram o que alguns produtores e até mesmo consumidores que costumam chamar de "super apps", que consistem em aplicativos nos quais dentro deles é possível resolver todo

Alunos do Ensino Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio, na Etec de Poá, Poá/SP, Centro Paula Souza. Orientados pela Profa. Tânia Regina Cirillo.

e qualquer tipo de questão. O primeiro super aplicativo criado foi o *WeChat* (serviço multiplataforma de mensagens instantâneas) desenvolvido pela *Tencent* na China no ano de 2011, no qual os usuários conseguem trocar mensagens com outras pessoas, pagar refeições, fazer compras, agendar consultas médicas e jogar, além de outras atividades.

Para Larissa Borges (2020), os “super apps” se tornaram uma ótima solução para captação de novos clientes e retenção de usuários. Desta forma, espera-se que no futuro o número de aplicativos com essas mesmas finalidades só aumente.

Impossível falar da Logística do *e-commerce* sem citar a forma de distribuição das mercadorias. Indubitavelmente, os drones entregadores estão começando a fazer parte e farão parte do futuro do comércio eletrônico, afinal são inquestionavelmente vantajosos para todos os envolvidos, pois são capazes de administrar o frete em diferentes volumes, tudo sem intervenção humana. Suas vantagens, cita Rodrigo Schiavini (2019), são:

- velocidade no tempo de entrega;
- redução do custo do frete;
- redução de acidentes;
- diminuição de falha humana;
- redução de emissões de CO₂;
- satisfação do cliente.

3. Considerações Finais

A partir do aumento significativo dos números de transações comerciais através do *e-commerce* durante o período pandêmico, o qual ainda é vivenciado pelo mundo todo, infere-se que uma boa Logística virá contribuir para a maximização dos resultados nas empresas que atuam dentro do comércio eletrônico.

Com base nos dados e pesquisas apresentados neste trabalho, compreende-se, então, que a tendência do *e-commerce* crescer e das lojas físicas diminuírem é cada vez mais certa, e que se utilizada de forma correta pelas novas empresas virtuais, a Logística será um fator de grande importância para a evolução, cada vez mais precoce, das negociações pela *internet*. Portanto, pode ser fundamental para as

empresas pensarem em estar também no ambiente virtual, realizando negócios.

Este trabalho, além de ser útil para realização de futuros estudos e pesquisas, também serve como um guia composto por dicas e informações valiosas para os empreendedores que pretendem administrar ou fazer parte de um possível comércio virtual.

REFERÊNCIAS

BORGES, Larissa. “Tendências: o futuro do e-commerce no Brasil”. Disponível em: <<https://www.dcx.lett.digital/tendencias-e-commerce/>>. Acesso em 29 de out. de 2021.

CLIMBA. “Saiba como funciona a logística para e-commerce”. Disponível em: <<https://www.climba.com.br/blog/saiba-como-funciona-a-logistica-para-e-commerce/>>. Acesso em 16 de set. de 2021.

FONSECA, Letícia. “Estratégia Omnichannel: uma nova experiência de consumo”. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/omnichannel/>>. Acesso em 29 de out. de 2021.

ILHE, Galleger. “O futuro do e-commerce”. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/o-futuro-do-e-commerce-veja-as-tendencias-para-o-mercado-em-2021/>>. Acesso em 29 de out. de 2021.

LOUZADA, Paula. “O que é logística? Como funciona? Quais tipos?”. Disponível em: <<https://www.fm2s.com.br/o-que-e-logistica-como-funciona-quais-os-tipos/>>. Acesso em 02 de set. de 2021.

MAXTON, Logística. “7 modelos de gestão de estoque”. Disponível em: <<https://maxtonlogistica.com.br/7-modelos-de-gestao-de-estoque/>>. Acesso em 16 de set. de 2021.

ROISOFT. “Sistema de Comércio Eletrônico (Loja Virtual) SOL E-commerce”. Disponível em: <<https://www.roisoft.com/solucoes/sol-ecommerce>>. Acesso em 02 de set. de 2021.

SOUZA, Ivan. “Logística de E-commerce: A importância de fazer a gestão da loja online”. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/logistica-de-e-commerce/>>. Acesso em 16 de set. de 2021.

SCHIAVINI, Rodrigo. "O futuro do e-commerce: 10 tendências para os próximos anos". Disponível em: <<https://www.smarthint.co/futuro-do-ecommerce/>>. Acesso em 29 de out. de 2021.

SCHNAIDER, Amanda. "E-commerce cresce 47%, maior alta em 20 anos". Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2020/08/27/e-commerce-cresce-47-maior-alta-em-20-anos.html>>. Acesso em 22 de nov. de 2021.