

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA**

Etec ZONA LESTE

GABRIELLE OLIVEIRA DE JESUS

GEOVANNA ALMEIDA DE JESUS

MARIANA TAVARES ANTUNES PLACIDO ROMANO

MARINA MEIRA TOMA

SAMIRA LOPES DA SILVA

VITOR LION DA SILVA

ESTRUTURA LOGÍSTICA DA AMAZON

ESTUDO DE CASO

São Paulo – SP

2021

GABRIELLE OLIVEIRA DE JESUS

GEOVANNA ALMEIDA DE JESUS

MARIANA TAVARES ANTUNES PLACIDO ROMANO

MARINA MEIRA TOMA

SAMIRA LOPES DA SILVA

VITOR LION DA SILVA

ESTRUTURA LOGÍSTICA DA AMAZON:

ESTUDO DE CASO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a ETEC Zona Leste, como parte das exigências para obtenção do título Técnico em Logística, sob a orientação da professora Márcia Macário dos Santos.

São Paulo – SP

2021

ESTRUTURA LOGÍSTICA DA AMAZON:

ESTUDO DE CASO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a ETEC Zona Leste, como parte das exigências para obtenção do título Técnico em Logística, sob a orientação da professora Márcia Macário dos Santos.

Aprovado em: ____/____/2021.

Banca Examinadora

(Nome do Prof. Orientador)

(Nome do Professor Avaliador)

(Nome do Professor Avaliador)

AGRADECIMENTOS

Somos gratos primeiramente a Deus pelo dom da vida e por ter nos guiado em nossa caminhada e nos dado luz para realizar aquilo que nos é imposto e confiado.

Agradecemos também a nossa família por nos incentivar nessa jornada de estudos e estarem presentes em nossas vidas prestando o devido apoio. Aos nossos professores os quais tem nos orientado, nos auxiliado e levado até nós a educação, a qual tem um papel essencial para o futuro de todos, e em especial à professora Márcia Macário dos Santos por sua disponibilidade, incentivo e ajuda para a realização do nosso Trabalho de Conclusão de Curso.

Aqui nosso sincero agradecimento aos nossos colegas integrantes desse trabalho por sua colaboração com a elaboração do mesmo, dedicação, responsabilidade sobre suas obrigações, compreensão do valor do trabalho em equipe e por cultivar em seus corações a paciência e amor ao próximo.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar a estrutura logística da Amazon, a empresa de comércio eletrônico considerada atualmente uma das mais valiosas do mundo, que alcançou uma posição de liderança no mercado. A sua sistemática de logística tem se tornado um grande destaque para o comércio, e unido ao grande E-commerce da empresa tem alcançado vários clientes que cada vez mais se satisfazem com a eficiência e as inovações que a mesma vem trazendo. Os processos logísticos da organização seguem grandes padrões de qualidade, onde é ressaltado o funcionamento dos centros de distribuição e do transporte. Nesse mesmo contexto, é analisado também conceitos de vantagem competitiva empregado ao crescente ênfase da Amazon e como consequência, os resultados econômicos no Brasil.

Palavras chaves: Logística; Amazon; E-commerce; Inovações; Vantagem competitiva.

ABSTRACT

This work aims to present the logistics structure of Amazon, the e-commerce company currently considered one of the most valuable in the world, which has achieved a leading position in the market. Its logistics system has become a major highlight for commerce, and together with the company's great Ecommerce, it has reached several customers who are increasingly satisfied with the efficiency and innovations it has been bringing. The organization's logistical processes follow high quality standards, where the operation of distribution and transport centers is highlighted. In this same context, concepts of competitive advantage applied to the growing emphasis of Amazon and, as a consequence, the economic results in Brazil are also analyzed.

Keywords: Logistics; Amazon; Ecommerce; Innovations; Competitive advantage.

SUMÁRIO

Sumário

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 HISTÓRIA DA AMAZON.....	11
1.2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
1.3 APRESENTAÇÃO DOS CONCEITOS DE LOGÍSTICA.....	12
1.4 LOGÍSTICA EMPRESARIAL	13
1.5 LOGÍSTICA INTEGRADA.....	13
1.6 LOGÍSTICA REVERSA	13
2. CADEIA DE SUPRIMENTOS	14
3. E-COMMERCE.....	16
3.1 CONCEITO.....	16
3.2 B2B	16
3.3 B2C	16
3.4 EXEMPLO	16
3.5 E-COMMERCE NA AMAZON	17
4. ESTRUTURA LOGÍSTICA DA AMAZON.....	17
4.1 CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO	17
4.2 TRANSPORTE	19
4.2.1 SOLUÇÕES DE TRANSPORTE.....	19
4.3 FBA AMAZON	20
4.4 BENEFÍCIOS DO FBA AMAZON	20
5. INOVAÇÕES	20
6. INOVAÇÕES DA AMAZON NA LOGÍSTICA.....	21
7. VANTAGEM COMPETITIVA.....	22
8. RESULTADOS ECONÔMICOS DA AMAZON	24
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	26
10. REFERÊNCIAS.....	27

JUSTIFICATIVA

O seguinte estudo é focado na apresentação dos processos logísticos da empresa Amazon. Cujo seu enfoque central é demonstrar a otimização, organização, vantagem competitiva e outros aspectos que levaram a Multinacional se expandir pelo mundo com satisfatórios níveis de aprovação de seus clientes usuários da plataforma.

Resolveu- se desenvolver o tema, pois alguns alunos integrantes desse mesmo grupo são usuários dessa plataforma de vendas e se interessaram em explorar melhor a empresa e compreender as causas pelas quais o seu sistema logístico tem grande evidência no mercado atual, além de também agregar mais conhecimento técnico em sua área de formação.

PROBLEMÁTICA

De que maneira a pioneira do e-commerce se expandiu a ponto de distribuir seus produtos internacionalmente?

Diante do mercado de trabalho cada vez mais exigente, como a Amazon lida com o seu aumento freqüente do número de serviços e produtos disponíveis?

Qual a relação da logística no desenvolvimento econômico da Amazon no Brasil?

HIPÓTESE

Qual a estratégia da Amazon quando o problema em ser uma pequena empresa afetava a sua divulgação no exterior.

Algumas empresas ainda não conseguem posicionar no mercado, por consequência, de seu baixo número de serviços e produtos.

A maioria das empresas, principalmente, as médias e pequenas, não tem uma estrutura logística adequada para lidar com essas situações.

OBJETIVO GERAL

Demonstrar, através de estudos, como a logística possibilitou o grande desenvolvimento da Amazon, tanto em relação às mudanças tecnológicas, quanto sociais e apresentar o conceito de e-commerce como um dos seus principais ramos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

1. Pesquisar a gestão da empresa;
2. Analisar seus resultados econômicos no país;
3. Pesquisar as causas possíveis de seu grande crescimento;
4. Conhecer a estrutura logística da empresa e suas estratégias competitivas.

METODOLOGIA

Esta pesquisa será realizada por meios de livros, artigos, documentários onde será apresentado um estudo comparativo abordando a influência da empresa no e-commerce e como isso alavancou a venda de seus produtos. A partir de estudos exploratórios bibliográficos, será realizado em estudo de campo onde apresentará a sua gestão e responsabilidade logística.

ESTRUTURA DO TRABALHO

Este trabalho será apresentado em três capítulos, sendo a primeira fundamentação teórica, o segundo a aplicabilidade dos conceitos e ferramentas e, por fim, o terceiro trará um estudo de caso da empresa Amazon.

1. INTRODUÇÃO

Na atualidade, a logística está presente em todas as organizações, buscando conferir a competência necessária para manter a competitividade das empresas. Sistemáticas de trabalho mais ágeis e confiáveis oferecem as empresas a manutenção de seu diferencial competitivo, além de permitir um processo contínuo de aprimoramento e atendimento as expectativas de seus clientes.

O processo logístico está presente em diversas atividades enumeráveis dentro do cotidiano das organizações, porém, algumas devem apresentar o merecido destaque, fruto de sua importância e impacto sobre a satisfação do cliente.

A presente monografia tem por objetivo central a realização de um estudo de caso na Amazon, uma das maiores empresas multinacionais e de maior destaque do Ecommerce da atualidade e analisar sua estrutura logística a qual tem se tornado grande inspiração dentro do mercado nacional e internacional. Sua grande organização e a utilização de alta tecnologia, tem otimizado os processos logísticos em geral e a cada dia gerando mais satisfação aos milhares de usuários da plataforma.

Recentemente, Ballou (2011) ressaltou em sua abordagem que o sucesso ou fracasso de qualquer negócio será determinado pelo nível de valor entregue ao cliente nos mercados. Ainda de acordo com o autor, a logística está inserida em um ambiente que envolve fatores como: mercados turbulentos, altas taxas de inovação tecnológica em produtos e processos, menor ciclo de vida dos produtos, customização em massa, distribuição de soluções completas aos clientes, inclusão de produtos e serviços, exigência por preços reduzidos, qualidade superior e serviços adicionais, e pôr fim a cooperação e colaboração entre os parceiros em uma cadeia de suprimentos.

1.1 HISTÓRIA DA AMAZON

A empresa Amazon teve seu início em 1994, e diferente das demais corporações que existiam na época, ela apostou no uso da internet para exercer suas atividades, pois Jeff Bezos tinha uma visão futurista a qual a internet seria responsável por grande parte das vendas online. O grande ênfase da Amazon pode ser dado graças ao fato dela ter iniciado nesse ramo de comércio eletrônico antes das demais empresas que conhecemos.

Hoje em dia a Amazon lidera o comércio eletrônico (ou em inglês, E-commerce). A palavra Amazon vem do termo Amazônia. Bezos fez uma comparação com o rio brasileiro que é considerado o maior do mundo, pois ele queria que sua empresa fosse muito grande e se destacasse no mercado.

A grande Amazon que conhecemos, começou na própria garagem de Jeff Bezos, que junto de sua companheira Mackenzie, eles vendiam livros de forma online. Atualmente, a Amazon tem um catálogo de produtos dos mais variados tipos, o próprio logo da empresa retratada que é possível encontrar tudo de A até Z.

Durante a crise de 2000 muitas outras corporações entraram em falência, porém a Amazon conseguiu "sobreviver" graças a uma boa gestão e estratégia. E em 2019 a empresa foi tida como a mais valiosa do cenário global, e hoje a organização tem mais de 850 mil empregados pelo mundo e realiza quase 8% das vendas varejistas.

1.2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresentará os conceitos de Logística, sua origem e evolução. Para isto, foram pesquisados os principais autores e obras como: Elizabeth Merlo(2002), Ronald H. Ballou (2006), José Antonio de Mattos Castiglioni(2010).

1.3 APRESENTAÇÃO DOS CONCEITOS DE LOGÍSTICA

LOGÍSTICA

A origem da palavra Logística vem do grego e significa habilidades de cálculo e de raciocínio lógico. Contudo, guerras romanas e gregas antigas são a base para este sistema, visto que, existiam oficiais militares chamados "logísticas" que eram responsáveis por assegurar o fornecimento e a alocação de recursos, para que os soldados pudessem avançar de forma eficiente.

O conceito de logística logo assumiu um papel estratégico dentro das empresas, sendo considerado como uma peça chave para alcançar os melhores resultados. Segundo Merlo (2002), o conceito é conhecido e aplicado há centena de anos, citando exemplos como a aplicação da Logística pelos guerreiros medievais para posicionar tropas de combate em locais estratégicos e manter seus exércitos abastecidos de suprimentos. Cita ainda, que a partir da Segunda Guerra Mundial a Logística surge como ciência tornando-se a partir de então, ferramenta estratégica para sobrevivência.

Em suma, a responsabilidade operacional da logística está diretamente relacionada com a disponibilidade de matérias-primas, produtos semiacabados e estoques de produtos acabados, no local onde são requisitados, ao menor custo possível.

De acordo com Ballou (2006), a logística trata da criação de valor para todos aqueles que têm nela interesses diretos, assim como, os clientes e fornecedores da empresa. No entanto, o valor da logística é manifestado primariamente em termos de tempo e lugar.

No decorrer do tempo, a logística vem evoluindo, então podemos entender melhor sobre os conceitos de logística empresarial, logística integrada e logística reversa, abordados a seguir.

1.4 LOGÍSTICA EMPRESARIAL

A logística empresarial originou-se com o intuito de melhorar a qualidade da operação de negócios, envolvendo conceitos-chave como a cadeia de suprimentos, gestão de frotas, gestão de estoques, modais de transporte, contato com fornecedores e entre outros.

Decerto que organizar de forma sistemática as etapas que compõem os processos de produção da empresa, seja um diferencial competitivo no mercado. Assim, o conceito de logística apresentado nas empresas é apontado como o conjunto de métodos e meios destinados aos fluxos de produtos, de serviços e da informação associada, entre fornecedores e clientes.

1.5 LOGÍSTICA INTEGRADA

A logística integrada é um método que analisa os fluxos de informações e de materiais realizados na parte interna da empresa, isto é, integra todos os processos logísticos em sistemas que aumentam a eficiência destes processos e por conseguinte, melhora seus resultados.

Atualmente, os consumidores estão cada vez mais exigentes, então a logística integrada possibilita que os processos sejam mais simples e rápidos, prevenindo falhas e aumentando a eficácia, por fim, espera-se que resulte em um melhor relacionamento com fornecedores e clientes.

1.6 LOGÍSTICA REVERSA

A logística reversa é uma área que planeja, controla e opera o fluxo e as informações sobre o retorno dos bens produzidos após sua venda, desta forma trata-se, por exemplo, do recolhimento de alguns tipos de lixo reciclável e políticas de devolução e troca de produtos.

Segundo Castiglioni (2010), por trás do conceito de logística reversa está um conceito mais amplo, o do “ciclo de vida”. A vida de um produto, do ponto de vista

logístico, não termina com sua entrega ao cliente. Produtos se tornam obsoletos, danificados, ou não funcionam e devem retornar ao seu ponto de origem para serem adequadamente descartados, reparados ou reaproveitados.

2. CADEIA DE SUPRIMENTOS

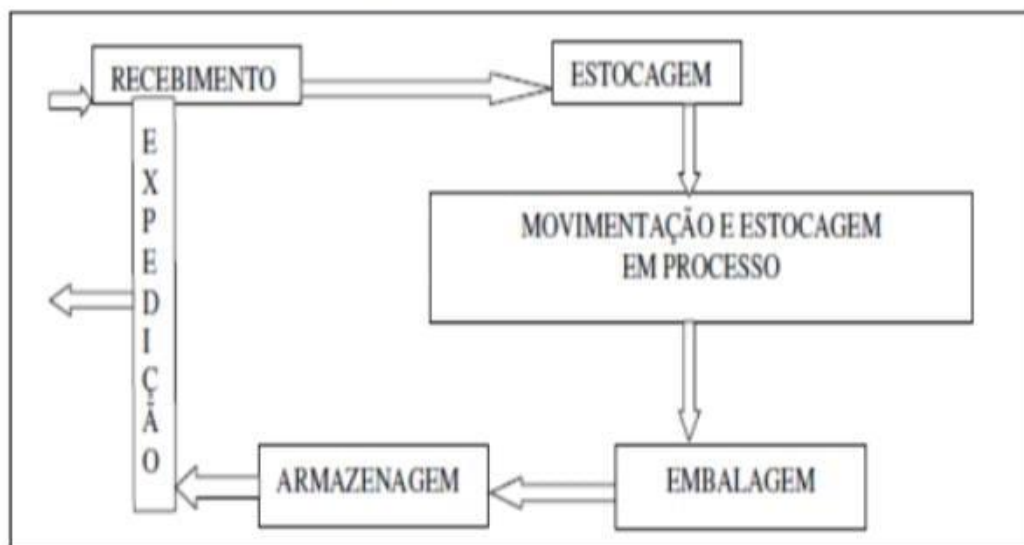
A cadeia de suprimentos, também conhecida pelo termo em inglês, Supply Chain Management (SCM) é um conceito que compreende todos os métodos e operações ligados aos produtos, desde o fornecimento de matérias-primas através da produção, montagem e distribuição aos clientes finais.

Em síntese, é uma área que inclui processos como compras e aquisição, planejamento de fornecimento e demanda, ERP (sistema integrado de gestão empresarial), gestão de estoque, aprimoramento contínuo, fabricação e logística.

O gerenciamento logístico tem a missão de planejar e coordenar todas as atividades necessárias para atingir os níveis desejados de qualidade e de serviços prestados ao menor custo possível. A logística, portanto, deve ser vista como o vínculo entre o mercado e a base de suprimentos. (CHRISTOPHER, 2010)

Nesse sentido, a gestão da cadeia de suprimentos é incentivada pela inovação e diminuição de gastos em diferentes etapas da produção, sendo assim, uma área estratégica que atua diretamente com fabricantes, fornecedores e parceiros externos. Entretanto, sua finalidade é que haja uma troca de informações entre todos os setores, visando atividades bem planejadas e otimizadas com melhores resultados e, conseqüentemente, a satisfação do cliente.

Figura 1 – Fluxo do recebimento e expedição



Fonte: Adaptado de Moura, 1998

3. E-COMMERCE

3.1 CONCEITO

O E-commerce é a transação comercial, com ou sem fins lucrativos feito através de algum aparelho eletrônico, como smartphones ou computadores associado a dois conceitos fundamentais o B2B (negocio para negocio) e B2C (empresa para consumidor) com a grande informatização das mais diversas atividades econômica.

3.2 B2B

Empresa para empresa, expressão identificada pela sigla B2B é o comércio estabelecido entre empresas ou seja é “empresa para empresa”. Interligado a ação de compra e venda, informações de produtos e serviços, através da utilização da internet ou de instituições privadas e partilhadas, entre duas empresas, substituindo os processos que envolvem as transações comerciais.

3.3 B2C

Empresa para o consumidor, conhecida por B2C é o comércio efetuado entre a empresa produtora, vendedora ou prestadora de serviços e o consumidor final.

3.4 EXEMPLO

O cliente acessa o site por meio de algum smartphone, em qualquer lugar e ocasião, escolhe o produto e realiza o pagamento via cartão de crédito, e recebe o produto escolhido, em sua residência.

3.5 E-COMMERCE NA AMAZON

A Amazon Marketplace é uma plataforma de E-commerce operada pela Amazon, o qual permite vendas de terceiros a comercialização e ofertas de produtos novos ou usados, a preço fixo do mercado online, além de regularmente fazer ofertas. Usando a Amazon os vendedores de terceiros obtém acesso a clientes da Amazon e ao site, e assim, expandem as ofertas para outras pessoas sem a necessidade de investir em um estoque adicional, seguindo à risca a busca de produtos para se ter páginas detalhadas, atuais e seguindo um padrão de seu produto na Amazon, o Marketplace vem tornando fácil o aumento de concorrência, diferenciando os produtos e a capacidade dos consumidores optarem pelos produtos vendidos por eles. O mercado usufrui da estrutura de Softwares da Amazon.com, as taxas de cartão de crédito da Amazon do comprador e o pagamento são direcionados ao vendedor. O Marketplace está disponibilizado no site da Amazon em mais de 60 países, as vendas de terceiros em cima da conta da Amazon Marketplace. Representam 40% das vendas anuais da Amazon.

4. ESTRUTURA LOGÍSTICA DA AMAZON

4.1 CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

CD (Centro de Distribuição) trata-se de armazéns que exerce a função de receber determinado material/produto, realizar o manuseamento, a separação e pôr fim a expedição deles. A localização estratégica é tida como uma de suas principais características pois através dela é alcançada a distribuição dos produtos de forma mais rápida e eficiente, além de minimizar os custos relacionados ao transporte.

Hoje em dia, a Amazon possui 8 centros de distribuição no Brasil e o maior se localiza na cidade de Cajamar em São Paulo, e sua área total possui mais de 100.000 metros quadrados.

A empresa colocou de forma estratégica diversos locais para realizar a distribuição dos produtos pelo mundo, com a finalidade de otimizar as entregas,

mantendo a qualidade e reduzindo os custos. É estimado atualmente, que a Amazon possua em torno de 200 centros de distribuição no mundo, que são equipados com as tecnologias mais modernas que existem.

O objetivo geral da distribuição, segundo Novaes (2001), é o de levar os produtos certos, para lugares certos, no momento certo e com o nível de serviço desejado, pelo menor custo possível. Higginson (1993) também aborda este conceito e afirma que o objetivo geral de um sistema de distribuição é atingir níveis aceitáveis de serviço ao cliente e custo total.

No Condado de Stanislaus, no estado da Califórnia se encontra um enorme Centro de Distribuição que tem uma área superior a 300.000 metros quadrados ao todo. O CD possui alta tecnologia da Amazon, exemplo disso são os famosos robôs Kiva que servem para agilizar o processo de movimentação dentro da estrutura. Esses robôs são semelhantes aos discos usados no hóquei, porém com dimensões bem maiores e possuem a capacidade de carregar cargas superiores a 1300 quilos. Eles exercem a função de movimentar os produtos aos funcionários da empresa para que os mesmos repõem os estoques de algum produto quando são vendidos pela Amazon.

O armazém tem mais de 6 quilômetros de correias movimentadoras para transportar as cargas menores e um robô maior conhecido como “The Amazon”, que consegue levantar 6 toneladas até o galpão de 7 metros de comprimento.

A empresa possui também uma sistemática de produção de papelão que tem a finalidade de montar caixas sob demanda para embalar os produtos comprados pelos clientes, isso acaba reduzindo os custos com material, e espaço físico tanto do armazém quanto do modal cujo produto for transportado.

4.2 TRANSPORTE

A Amazon utilizava até 2013 apenas transportadoras terceirizadas para efetuar as entregas dos produtos. Porém, Jeff Bezos observou que usar veículos de entregas próprios seria um diferencial interessante para a sua empresa.

Atualmente, a Amazon alcançou ótimos resultados fazendo o uso de sua frota própria para o transporte ao consumidor final, entretanto ainda utiliza os serviços terceirizados das transportadoras.

Para realizar a distribuição de seus produtos, a empresa utiliza os modais rodoviários, ferroviários, aquaviários e aéreos. Ao fazer essa diversificação no transporte dos produtos, é gerado uma maior otimização dos processos, a maior satisfação dos clientes, e eficiência nas operações logísticas como um todo.

4.2.1 SOLUÇÕES DE TRANSPORTE

A solução de transportes da Amazon, é conhecida como “Amazon Logistics”. Esse serviço, é bem conhecido nos países que a empresa mais atua. Porém, a expansão no Brasil, vem abrindo espaço para que se possa investir mais no serviço e liderar uma posição de destaque no mercado nacional.

Como mencionado anteriormente, a Amazon se dispõe de sua frota própria de transporte, como terceiriza esses serviços com outras corporações. O programa Delivery Service Partner desenvolve uma rede de transportadoras independentes, que administram a parte de entregas em nome da empresa.

Assim, a Amazon, não irá terminar de vez com os serviços terceirizados mas não dependerá apenas deles para realizar suas atividades de transporte. Atualmente, a empresa utiliza serviços de transportadoras contratadas como por exemplo, os Correios, Loggi, Total Express e etc.

4.3 FBA AMAZON

O termo Fulfillment, significa o ato de realizar pedidos. Trata-se do conjunto de tarefas e operações que são importantes para estar atendendo determinado pedido de um cliente. Então compreende-se que o Fulfillment reúne as tarefas importantes para receber e separar os pedidos, embalar os mesmos, transportar e distribuir além de realizar serviços no pós venda.

FBA ou Fulfillment By Amazon, se trata de um programa, cujo objetivo é concentrar produtos de comércio parceiros nos armazéns do marketplace. Através desse serviço, além de guardar os produtos, a empresa também fica responsável pelos processos de embalagem e transporte das mercadorias até os clientes. O atendimento ao cliente no pós venda fica sob responsabilidade da Amazon.

4.4 BENEFÍCIOS DO FBA AMAZON

Frete grátis: Através do programa Fulfillment By Amazon, os pedidos de livros acima de 99 reais recebe a promoção do frete gratuito para todas as regiões, e 149 reais para os demais produtos ou pelo Amazon prime.

Amazon Prime: O Amazon prime trata-se de um serviço de assinatura mensal, que fornece benefícios. Alguns deles são: ofertas exclusivas, entrega expressa gratuita, Prime Vídeo, Prime Music, Twitch e Prime Reading.

Atendimento ao Cliente: a Amazon possui em seu site um canal específico para atender as dúvidas, reclamações e pedidos de seus clientes, além de realizar também devoluções de forma confiável, o que supri as necessidades dos milhares clientes que a empresa atende todos os dias.

5. INOVAÇÕES

Inovação significa ter novas ideias, é também transformar essas ideias em soluções para seus clientes. Introduzindo algum serviço ou produto que traga melhoria tanto para a empresa quanto para o consumidor, é necessário inovar de forma diferente dos concorrentes para um melhor resultado.

6. INOVAÇÕES DA AMAZON NA LOGÍSTICA

Conhecendo a Amazon sabemos que é uma empresa de referência no quesito varejo e, com a alta demanda de pedidos ela teve que investir em melhorias.

A Amazon, entretanto, buscou sempre ouvir as dores de seus consumidores para assim trazer melhorias. Desde que ela foi criada foram feitas diversas mudanças para sempre entregar o melhor e um dos setores que mais recebe investimentos e mudança é o da logística.

INVESTIMENTO EM LOGÍSTICA

A Amazon é bem reconhecida pela agilidade nas entregas e isso é o que os consumidores buscam. Portanto, esse é um dos setores que tem mais melhorias.

PARCERIAS

Como os clientes buscavam agilidade nas entregas a Amazon teve que criar parcerias com empresas com serviço aéreo e não para por aí, também tem parceria com setores privados, transportes rodoviários, marítimos e outros.

AMAZON FLEX

A pouco revelado o Amazon flex é parecido com o uber é chamado até de uber das entregas, transportando cargas, os entregadores são de várias regiões na mesma cidade.

7. VANTAGEM COMPETITIVA

A vantagem competitiva é em termo simples um diferencial que todas as empresas tende que adotar. Em prática, a vantagem proporciona a empresa destaque sobre as outras, sendo válida para qualquer tipo de corporação desde alimentícia a industrial por exemplo. Dentre destas vantagens podemos citar a velocidade de entrega de um certo produto, a qualidade do próprio e até mesmo o atendimento ao cliente, que em conjunto e sendo diferente de outras empresas proporcionam uma melhor experiência ao cliente, que uma vez satisfeito abre portas para quem o mesmo compre mais vezes em sua empresa.

Mas tudo não é um mar de rosas, nenhuma empresa fica por muito tempo em vantagem apenas em razão da eficiência operacional, podemos citar um grande efeito dessa questão é que, quando as corporações trabalham com a pesquisa desse tipo de vantagem, geram uma pressão pela redução de custos e logo comprometem sua lucratividade sendo negativo para a empresa, isso não necessariamente reflete que você não deve se preocupar com isso, a eficiência e a qualidade são requisitos do mais belo sucesso.

Antes da primeira revolução industrial e o surgimento das máquinas as entregas dependiam basicamente de transportes extremamente lentos que podiam levar vários meses para chegar ao seu destino final. Depois da primeira revolução industrial tudo ficou mais rápido, a criação de ferrovias agilizou o transporte e os primeiros motores a vapor em combustão interna deu origem aos meios de transporte que a gente usa até hoje, com isso agilizou os processos de entrega. O surgimento da eletricidade as coisas ficaram ainda melhores gerando os grandes caminhões de carga que são responsáveis até hoje por grande parte das entregas que chegam até a sua casa.

Os últimos anos com a explosão do comércio eletrônico todo sistema logístico que funcionou consideravelmente bem por muitos anos precisou ser repensado, o número de compras online disparou e o número de consumidores esperando ansiosamente para que elas cheguem o mais rápido possível também, as empresas que conseguiram preferencialmente começaram a investir logo em uma boa logística saíram na frente como foi o caso da Amazon, que por sua vez, vem pegando carona nas mudanças tecnológicas para agilizar seus processos de entrega. A Amazon se saiu tão bem nessa tarefa que hoje é capaz de entregar em algumas horas

dependendo da região, na verdade hoje alguns produtos da empresa saem para entrega antes mesmo de você clicar em comprar! Mas essa é só uma das diversas táticas que a Amazon usa para realizar entregas super-rápidas existe muito mais por trás a logística da gigante que está constantemente trabalhando para deixar seus clientes cada vez mais satisfeitos.

O motivo pelo qual a logística da Amazon funciona tão bem é porque ela consegue mesclar na medida certa a tecnologia e mão de obra humana, utilizando o melhor que cada uma tem a oferecer. No final o processo envolve o menor contato humano possível em um maior controle de qualidade, assim que o pedido é feito, ele é separado embalado e enviado por um dos 250 mil funcionários da companhia com ajuda de uns dos cem mil robôs que compõem seus centros de distribuição, sendo assim um grande trunfo como vantagem competitiva.

O investimento no final de 2016 a BBC noticiou que a Amazon estava entrando com o pedido de patente para armazéns voadores equipados com frotas de drones que entregam mercadorias em locais onde a demanda é mais alta do que o normal, como eventos esportivos e festivais gigante. Também tem trabalhado com diversos tipos de tecnologia como um armazém voador gigante, drones e robôs de calçada. Tudo isso para acrescentar opções ao processo de integrar e facilitar as coisas, investimento pesado da Amazon. Essas tecnologias se deve ao esforço em manter o cliente satisfeito e fidelizado através da assinatura do amazon prime pré-requisito para ter acesso a tudo isso. Outra vantagem é o prime, que por menos de R\$ 10,00 lhe oferece frete grátis, entrega rápida na loja e também serviço de streaming de músicas e livros digitais.

8. RESULTADOS ECONÔMICOS DA AMAZON

Como observamos nos resultados econômicos da Amazon podemos ver um enorme crescimento da empresa no seu faturamento segundo as informações obtidas, a Amazon movimentava tranquilamente US\$ 1 bilhão de dólares em menos de dois dias, no ano de 2019, seu faturamento foi de mais de US\$ 280 bilhões.

Isso tudo é devido ao aumento de compras do comércio virtual com quase dois anos da pandemia do corona vírus, que fez com que os consumidores tivessem uma procura muito grande para fazer compras de produtos e serviços online, por conta da quarentena então devido a tudo isso a Amazon foi assertiva em investir mais em produtos e serviços como Amazon prime, prime vídeos, alexia entre outros com esse tipo de serviço ganharam a preferência de muitos consumidores e com isso muito lucro. Foi publicado que com as intensas vendas da quarentena eles chegaram a fazer US\$ 10 mil por segundo, 24 horas por dia segundo o jornal The Guardian. A Amazon divulgou, o seu primeiro balanço de 2021 referente ao primeiro trimestre e informou que foi o maior lucro da companhia nos últimos três anos, e podemos perceber que eles sempre inovam antes eram apenas livros, hoje podemos ver na Amazon produtos de inúmeras categorias então tudo isso fez com que a empresa tivesse um bom desempenho e com isso um grande faturamento.

As ações da Amazon sobem 3,68% a US\$ 3.598 no after-market da Bolsa de Valores de Nova York.

Essa tabela mostra um pouco do mercado de ações da Amazon desde Janeiro de 2020 até Julho de 2021.

Tabela 1 – AMZN Dados Históricos

Data	Último	Abertura	Máxima	Mínima	Vol.	Var%
Jul 21	3.685,13	3.434,61	3.773,08	3.409,42	58,22M	7,12%
Jun 21	3.440,16	3.243,49	3.524,86	3.172,20	67,01M	6,74%
Mai 21	3.223,07	3.484,73	3.486,64	3.127,37	75,19M	-7,05%
Abr 21	3.467,42	3.117,94	3.554,00	3.115,55	76,84M	12,07%
Mar 21	3.094,08	3.127,89	3.182,00	2.881,00	78,16M	0,04%
Fev 21	3.092,93	3.242,36	3.434,00	3.036,70	72,12M	-3,53%
Jan 21	3.206,20	3.270,00	3.363,89	3.086,00	71,52M	-1,56%
Dez 20	3.256,93	3.188,50	3.350,65	3.072,82	77,54M	2,81%
Nov 20	3.168,04	3.061,74	3.366,80	2.950,12	90,78M	4,34%
Out 20	3.036,15	3.208,00	3.496,24	3.019,00	116,25M	-3,58%
Set 20	3.148,73	3.489,58	3.552,25	2.871,00	115,97M	-8,76%
Ago 20	3.450,96	3.180,51	3.495,00	3.073,00	83,54M	9,05%
Jul 20	3.164,68	2.757,99	3.344,29	2.754,00	127,51M	14,71%
Jun 20	2.758,82	2.448,00	2.796,00	2.437,13	87,85M	12,96%
Mai 20	2.442,37	2.336,80	2.525,45	2.256,38	82,62M	-1,28%
Abr 20	2.474,00	1.932,97	2.475,00	1.889,15	124,63M	26,89%
Mar 20	1.949,72	1.906,49	1.996,33	1.626,03	163,84M	3,50%
Fev 20	1.883,75	2.010,60	2.185,95	1.811,13	92,56M	-6,22%
Jan 20	2.008,72	1.875,00	2.055,72	1.815,34	84,84M	8,71%

Fonte: Investing.com

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em vista dos aspectos apresentados no decorrer deste trabalho, o posicionamento da Logística atualmente contribui muito para o alcance de vantagem competitiva, através de um controle eficiente e planejamento estratégico, logo incentivando empresas a desenvolverem métodos para diferenciar-se no mercado.

Contudo, quando inserida no contexto de uma empresa de e-commerce, como a Amazon que tem alcance mundial, se faz necessário uma estrutura logística adequada, isto é, com capacidade de análise para calcular o custo necessário para atingir níveis alternativos de serviço. De modo que, a distribuição dos produtos e serviços seja mantida dentro da expectativa, proporcionando ao cliente um atendimento de qualidade, principalmente com relação a entrega do produto dentro do prazo previsto.

Por conseguinte, diante de tantas exigências com as vendas virtuais edistribuições internacionais, a empresa também lida com diversas culturas, moedas e políticas. Dessa forma, a diferenciação do comércio eletrônico pode estar na rapidez, garantia, confiabilidade e entre outros.

Conclui-se, baseado em nosso estudo de caso sobre a Amazon, que os resultados econômicos da pioneira do e-commerce está ligada à sua estrutura logística, o que demonstra a importância e responsabilidade da mesma em seu aumento frequente do número de serviços e produtos no Brasil e em outros países, onde movimentava tranquilamente US\$ 1 bilhão em menos de dois dias.

Em outras palavras, a logística auxiliou na gestão de processos e gerou uma maior afinidade entre a empresa e o cliente, pois muitos que antes tinham receio hoje têm a preferência de comprar no meio digital, visto que, é uma área que busca compreender e desenvolver procedimentos relacionados às mudanças tecnológicas e sociais, com o intuito de proporcionar uma visão melhor das empresas.

10. REFERÊNCIAS

SALES, 2018. As 11 inovações em logística da Amazon. Blog inovação e tecnologia, disponível em: <https://esales.com.br/blog/11-inovacoes-em-logistica-da-amazon/>.

Acesso em: 22 de julho de 2021.

ABGIacceleratinginnovation. A inovação: definição, conceitos e exemplos. Blog Radar inovação, disponível em: <https://brasil.abgi-group.com/a-inovacao/> Acesso em: 22 de julho de 2021.

SPINA Felipe, 14 de julho de 2020. Da teoria à prática, entenda o que é e como fazer inovação tecnológica. Disponível em: <https://distrito.me/inovacao-tecnologica/>.

Acesso em: 22 de julho de 2021.

SANTOS, Virgilio Marques do. Logística: qual sua origem e porque foi importante nas guerras. FM2S Educação e Consultoria, 2019. Disponível em:

<https://www.fm2s.com.br/logistica-guerras>. Acesso em: 20 de jun. 2021.

BUTTA, Filipe. História da Logística. Sac Logística, 2020. Disponível em:

<https://saclogistica.com.br/logistica>. Acesso em: 20 de jun. 2021.

CONCEITO DE LOGÍSTICA. Mais Polímeros, 2019. Disponível em:

<<http://www.maispolimeros.com.br/2019/06/03/conceito-de-logistica>>. Acesso em: 20 de jun. 2021.

MERLO, Elizabeth. O desafio da logística no Ecommerce. Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo, 2002.

BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos/Logística empresarial. Bookman, 5 0 ed,2006.

CASTIGLIONI, José Antonio de Mattos. Logística operacional. Editora Érica, 2 0 ed, 2010.

CONCEITO DE CADEIA DE SUPRIMENTOS. Cargon, 2020. Disponível em: <https://cargon.com.br/entenda-o-conceito-de-cadeia-de-suprimentos>. Acesso em: 21 de jun. 2021.

O QUE É CADEIA DE SUPRIMENTOS. Meu Sucesso, 2014. Disponível em: <https://meusuccesso.com/artigos/logistica/o-que-e-cadeia-desuprimentos-322>. Acesso em: 21 de jun. 2021.

CHRISTOPHER, Martin. Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos. Cengage Learning, 2 0 ed, 2007.

AMZN Dados Históricos: disponível em: <https://br.investing.com/equities/amazon-com-inc-historical-data>. Acesso em:24 de junho de 2021.

Do CNN Brasil Business, em São Paulo,29 de abril de 2021.

Amazon também surpreende e lucro do 1º tri tem alta de 224%; vendas sobem 44%. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/04/29/amazon-tambem->

[surpreende-e-lucro-do-1-tri-tem-alta-de-224-vendas-sobem-44](#) Acesso em: 21 de julho de 2021.

TILT, em São Paulo 22/08/2020. Como Bezos fez empresa que vendia livros ganhar US\$ 10 mil/segundo... – Veja mais em:

<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/08/22/amazon-como-bezos-fez-empresa-que-vendia-livros-faturar-us-10000minuto.htm?cmpid=copiaecola> Acesso em: 21 de julho de 2021.

Wikipédia. Amazon veja mais em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Amazon>. Acesso em 21 de julho de 2021.

DIEGO, em 11 de agosto de 2020. Amazon: História, Estatísticas, Curiosidades e Dados importantes. Veja mais em: <https://amelhorescolha.com/amazon-historia-estatisticas-curiosidade> Acesso em 21 de julho de 2021.

A tecnologia dos centros de distribuição da Amazon. São Paulo SP, Blog Logística, 2015 Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/www.bloglogistica.com.br/mercado/a-tecnologia-dos-centros-de-distribuicao-da-amazon/amp/>. Acesso em: 23 de julho de 2021.

Introdução ao programa FBA Onsite- logística da Amazon. São Paulo SP AmazonSeller Central. Disponível em: https://sellercentral.amazon.com.br/gp/help/external/help.html?itemID=LVXHP5N2L8NDHCG&language=pt_BR&ref=efph_LVXHP5N2L8NDHCG_cont_53921. Acesso em: 23 de julho de 2021.

BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2001, pp 201/202.

BALLOU, R. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos / Logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2006.616p.