

ETEC "PROFª. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ"

Técnico em Logística

Julia Alves Ferreira

Thais de Oliveira Guimarães

Thiago da Silva Venancio

**O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE E SUA IMPORTÂNCIA PARA OS
NEGÓCIOS NA ATUALIDADE**

Araraquara

2022

Julia Alves Ferreira
Thais de Oliveira Guimarães
Thiago da Silva Venancio

**O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE E SUA IMPORTÂNCIA PARA O SEU
NEGÓCIO ATUALMENTE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a ETEC "Prof.^a Anna de Oliveira Ferraz", do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito para a obtenção do título de Técnico em Logística sob a orientação da professora Gabriela Messias da Silva

Araraquara
2022

Julia Alves Ferreira
Thais de Oliveira Guimarães
Thiago da Silva Venancio

**O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE E SUA IMPORTÂNCIA PARA O SEU
NEGÓCIO ATUALMENTE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Profa. Anna de Oliveira Ferraz como exigência parcial para obtenção do título de **Técnico em Logística**.

Aprovado em 22 de junho de 2022.

Banca Examinadora:

Prof. Orientadora: Gabriela Messias da Silva

Prof. Avaliador: Juliano Junio Juvenal

Prof. Avaliador: Eliana Maria Sgobi Cazal

AGRADECIMENTO

Não poderíamos finalizar este trabalho e nem nos tornarmos futuros profissionais da área de logística sem a aptidão dos professores e coordenadores que lutaram todos os dias tanto nas aulas remotas quando presencialmente por nós, e também pelo centro de estudo do EEBA por nos acolher e proporcionar abrangente conhecimento acadêmico sobre o curso de logística e as oportunidades que nos foram expostas. Agradecemos de coração e alma por nos ajudar a chegar a essa conquista em nossas vidas! Seremos eternamente gratos ao carinho que nos deram, fazendo parte e grande mudança nessa etapa em nossa caminhada.

RESUMO

E-commerce, na tradução para o português, significa comércio eletrônico. É uma modalidade de comércio por meio da qual a compra e venda, bem como as transações financeiras, são feitas totalmente pela internet. Com isso este trabalho vem a esclarecer o que é e-commerce, como surgiu, suas modalidades, seu crescimento referente aos dias atuais, o seu crescimento abundante referente a pandemia do covid-19 no brasil, de como implementar esse método ao seu negócio para que tenha êxito e por fim mostrar casos de empresas que entraram fundo nesse novo modelo de negócio e obteve sucesso ao investir e atuar com esse novo método tendo ênfase aos dias atuais. Portanto este trabalho tende a esclarecer a eficácia e o crescimento do e-commerce desde o seu surgimento aos dias atuais de pandemia, contudo este trabalho não tende só mostrar a eficácia, mas sim abrir os olhos das empresas que estão atreladas ao modo tradicional ou seja ao passado e mostrar um novo método que a faça alavancar para o mercado presente e o futuro dos negócios.

Palavras chaves: E-commerce. Futuro. Crescimento. Passado. Esclarecer. Alavancar.

ABSTRACT

E-commerce, in the Portuguese translation, means electronic commerce. It is a modality of commerce through which the purchase and sale, as well as financial transactions, are carried out entirely over the internet. With this, this work comes to clarify what e-commerce is, how it emerged, its modalities, its growth regarding the present day, its abundant growth regarding the covid-19 pandemic in Brazil, on how to implement this method in your business to that it is successful and finally show cases of companies that have entered deep into this new business model and have been successful in investing and acting with this new method with emphasis on the present day. Therefore, this work tends to clarify the effectiveness and growth of e-commerce from its inception to the current days of a pandemic, however, this work does not only tend to show effectiveness, but to open the eyes of companies that are tied to the traditional way, that is. to the past and show a new method that makes it leverage for the present market and the future of the business.

Keywords: E-commerce. Future. Growth. Past. Clarify. Leverage.

SUMÁRIO

1 CONCEITOS	8
1.1 Conceito de e-commerce	8
1.2 História	8
1.3 Modalidades de e-commerce.....	9
2 APLICAÇÃO DO E-COMMERCE NOS NEGÓCIOS	11
2.1 Como usar o e-commerce para o seu negócio	11
2.3 Ferramentas utilizadas pelo e-commerce.....	13
3 O E-COMMERCE E A LOGÍSTICA	15
4 E-COMMERCE E A PANDEMIA DA COVID-19	17
4.1 Crescimento do e-commerce no Brasil durante a pandemia.....	18
4.2 Exemplos de crescimento de e-commerce durante a pandemia.....	19
5 CASOS REAIS.....	21
Mercado Livre:	21
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	24
REFERÊNCIAS.....	25
Anexo A – Declaração de Autenticidade.....	28

INTRODUÇÃO

A internet é um local onde muitas pessoas estão conectadas visualizando e interagindo com tudo e com isso muitas empresas resolveram participar dessa comunidade. Com a compra e venda também sendo realizados pela internet muitos consumidores passaram a se conectar mais e a pesquisarem produtos que lojas virtuais disponibilizam e assim chegando a um melhor preço e uma variedade maior de produtos no conforto de sua casa.

Na atualidade as empresas buscam sempre fornecer a seus consumidores/clientes o trabalho e o serviço melhor sempre que possível, sendo com promoções, sorteios e descontos.

As lojas virtuais vieram para fazer um upgrade no modo de compra e venda, pois, a maioria das nossas atividades são todas feitas através da internet, como pagamento de contas, visualização de conta corrente, transações, envio de documentos, pix, compra e venda de mercadorias entre outras atividades.

Por isso muitas organizações estão optando pelo e-commerce, onde os seus produtos estão sempre sendo ofertados e visualizados por todos sem se importar com a distância de uma loja física.

Nesse trabalho o leitor irá perceber como a logística do e-commerce possui um crescimento abundante na atualidade, para saber a importância do e-commerce e para as pessoas, verem o crescimento da internet sobre suas vantagens e desvantagens, o que é logística no e-commerce, sobre o que é e o surgimento do e-commerce, de como usar o e-commerce para o seu negócio, os vários tipos de e-commerce, as ferramentas de trabalho que o e-commerce utiliza suas vantagens e desvantagens e como que vários negócios cresceram utilizando o e-commerce.

A pesquisa será feita pelo caminho exploratório assim sendo formada como descritiva explicativa e qualitativa, o conteúdo por si só foi através de pesquisas webgráficas, expõe opiniões de profissionais da área trazendo suas estratégias de mercado e averiguando as vantagens e as dificuldades desta área para os dias atuais. O trabalho será feito através de livros em pdf, entrevistas de profissionais e blogues sobre a deriva do assunto.

1 CONCEITOS

1.1 Conceito de e-commerce

O termo e-commerce é a abreviação em inglês de electronic commerce, cuja a tradução significa “comércio eletrônico”.

Portanto trata-se de uma modalidade de comercialização de bens e serviços, aonde as transações financeiras são feitas por meio de dispositivos e plataformas eletrônicas, como computadores, celulares, tablets e etc (O QUE É...,2022).

1.2 História

O e-commerce nasceu nos Estados Unidos em 1970, com o intuito de troca de arquivos de requisição de pedido entre empresa e empresa, ou seja, era apenas para mostrar ao dono da empresa que um cliente havia se interessado em um determinado produto para compra.

Mas o e-commerce foi surgido mesmo pelas companhias de telefone e internet pela utilização de um programa, o Eletronic Data Interchange (o famoso big data da atualidade), ele serve para fazer transmissão de Dados ou seja, o objetivo das companhias era compartilhar arquivos e documentos de negócios entre as empresas.

Com a popularização dessa ferramenta, duas empresas que estavam ainda crescendo no mercado começaram a demonstrar interesse nessa ferramenta as duas empresas eram a Amazon e o eBay.

Essas duas empresas, revolucionaram com o uso dessa ferramenta o e-commerce na América, com o seu marketplace revolucionário do momento ela conquistou o consumidor pela praticidade, o conforto e satisfeito com os produtos e serviços.

Com isso na década de 90, o e-commerce começou a ganhar cada vez mais espaço no mercado, assim abrindo fronteiras também para países menos desenvolvidos aplicarem esse marketplace com êxito.

A história do e-commerce no nosso país é bem recente, pois a economia do Brasil na década de 90 não era das melhores então a população não tinha dinheiro e muito menos informação sobre esse tipo de negócio e tecnologia para isso, só em 1996 que surgiram os primeiros registros de e-commerce no Brasil, apenas com o sucesso da Submarino, em 1999, é que os brasileiros despertaram um certo interesse na compra online de livros e no engajamento dessa ferramenta nova. (CONHEÇA...,2021).

Uma curiosidade é que a Americanas e o Mercado Livre, são atualmente considerados os dois maiores e-commerce da América Latina com players de porte.

1.3 Modalidades de e-commerce

Segundo Sampaio (2019), “O e-commerce possui 9 tipos em relação ao comércio virtual, lembrando que esses vários tipos de e-commerce se diferenciam pelo seu público alvo” ou seja, tudo depende do seu segmento de mercado de como você trabalha e administra o seu comércio para atingir o seu público alvo, contudo esses tipos são:

1. Business-to-business (B2B)

Significa que os participantes nas transações são empresas (pessoas jurídicas).

2. E-commerce Business to Consumer (B2C)

Neste uma empresa fornece produtos ou serviços direto para o consumidor final.

3. E-commerce Consumer to Business (C2B)

Neste modelo acontece o inverso o cliente (pessoa física) vendem para uma empresa.

4. E-commerce Consumer to Consumer (C2C)

Neste modelo segue-se de exemplo como as lojas OLX, Mercado Livre e Enjoei. Nesses sites, clientes podem vender produtos usados para outros clientes interessados.

5. Business-to-government (B2G)

Neste modelo é uma empresa fornece produtos ou serviços ao governo.

6. Citizen-to-government (C2G)

Negociações entre os cidadãos (pessoa física) e o governo (administração pública).

7. M-commerce

Ou Mobile-commerce é a venda de produtos exclusiva via smartphones e tablets.

8. Social commerce (S-commerce)

Criação de uma loja virtual que fica acessível diretamente do perfil comercial da marca, o responsável pode inserir links nos produtos que levam o usuário diretamente para o e-commerce da marca para efetuar a compra (o mercado livre, magazine luiza, americanas, amazona e várias outras lojas utilizam muito isso).

9. TV commerce (t-commerce)

Seria a smart TV e o seu sinal digital das emissoras de televisão ao comércio eletrônico. Enquanto o espectador assiste a um filme, série, programa ou propaganda, os recursos interativos da TV podem oferecer informações e opções para a compra de um produto ou serviço que aparece na tela (muito pouco utilizado no Brasil).

2 APLICAÇÃO DO E-COMMERCE NOS NEGÓCIOS

O primeiro ponto que se deve entender é que um e-commerce não funciona da mesma forma que uma loja física. Obviamente alguns processos são semelhantes, mas as estratégias de manusear e de atuar nas vendas e nas compras são diferentes.

O seu cliente não irá por alguma obra divina entrar no seu e-commerce do nada. Eles precisam ser atraídos pelo seu negócio até serem incentivados, e por fim, comprar em sua loja assim os fidelizando ao seu negócio. Obviamente como qualquer outro negócio isso precisa de um certo investimento, você precisa investir em marketing digital, presença online (muito importante assim você ganha a confiança no seu negócio), anúncios, estratégias de SEO (otimização de mecanismos de busca serve para alcançar um bom posicionamento de páginas de um site no Google e em outros buscadores), conteúdo, remarketing (é um recurso que permite personalizar sua campanha de anúncios gráficos para as pessoas que visitaram seu site anteriormente e adaptar lances e anúncios) e uma série de ações que podem ser o diferencial para o seu e-commerce (VANTAGENS...,2022).

2.1 Como usar o e-commerce para o seu negócio

Mas como usamos o e-commerce para o nosso negócio? Para utilizar o e-commerce nos nossos negócios é necessário definir o produto que será fornecido e qual será o seu público alvo, a partir daí se inicia o plano de negócios, é necessário também conferir as opções de pagamentos, a organização do estabelecimento, definir o tema de loja, inserir logo, criar uma página e um contato (o principal disso tudo é o contato que você estabelece com o seu cliente), escolher uma plataforma para utilizar o e-commerce, fazer o marketing da loja virtual, analisar como atrair clientes, anúncios (fazer com que as pessoas se sintam atraídas pelo seu produto), postagens em redes sociais, etc.

Monitorar resultados, se as vendas estão dando certo, se estão crescendo ou diminuindo. Começando a usar o e-commerce no seu estabelecimento pode fazer com que ele cresça e faça cada dia mais que seja uma empresa competitiva e ampliar o alcance do seu negócio (pois não a limite geográfico para o e-commerce qualquer pode ser seu cliente), assim sendo uma ótima oportunidade de começar e avançar com o seu negócio, e por fim ter também uma atenção ao Checkout (podemos definir o checkout como o encerramento de um processo no caso do e-commerce, é a finalização do processo de compra. Esse momento de conclusão é muito importante, afinal, colocar os produtos no carrinho é uma coisa e finalizar a compra é outra), pois existem muitos abandonos de carrinhos de compra sem antes ser feito o pedido ou a finalização dele.

2.2 Vantagens e as desvantagens

As vantagens do e-commerce ao seu negócio de acordo com (VANTAGENS...,2022):

- Começa a partir da praticidade, em um só lugar, um só clique é possível encontrar centenas de itens e já realiza sua compra e entre dias recebe no conforto do seu lar;
- Funciona 24 horas clientes podem acessar os produtos e conferir detalhes da compra a qualquer momento;
- O acompanhamento do vendedor com o cliente dessa forma, você mostra que está sempre presente e que ele pode confiar em seu negócio.
- O monitoramento, onde os vendedores e fornecedores podem monitorar os seus consumidores, monitorar o perfil do seu público.

As desvantagens do e-commerce ao seu negócio com as ideias do mesmo autor:

- É a proximidade com o produto é necessário fazer seus clientes entenderem a qualidade do produto, pois eles não estão lá presencialmente só vendo com a visão então ele precisa ter a segurança e a eficácia daquele produto ou serviço
- O frete pode chegar a custar quase o valor do produto, o que não compensa para o cliente;
- A concorrência com diversas opções, é normal que o cliente se sinta indeciso na hora de comprar, ainda mais pela facilidade que ele terá em pesquisar e comparar preço, produto, entrega e isso com poucos cliques.

2.3 Ferramentas utilizadas pelo e-commerce

Com as ferramentas certas e utilizadas do modo certo o seu negocia ira se alavanca com êxito dentro do mercado, por isso devemos buscar novas ferramentas a tecnologia é um fator decisivo para se diferenciar no competitivo mercado do e-commerce na opinião da profissional de e-commerce “para alcançar bons resultados dentro de um ambiente de negócios mais competitivo, é importante contar com o apoio da inovação” (BARROS, 2021). Contudo, é essencial para melhorar aquilo que já vem dando certo ou até mesmo acertar o que está rendendo problemas, nesse sentido, o seu próprio negócio eletrônico acaba se tornando muito mais amplo, completo e atrativo, se for utilizado os melhores recursos disponíveis, e ainda mais sendo feito de forma gratuita. Assim é possível uma gestão melhor, um ambiente mais agradável para os consumidores e até mesmo analisar melhor a concorrência.

Com isso separamos as melhores e essenciais ferramentas que podem ser utilizadas no e-commerce, são elas (9 FERRAMENTAS...,2022):

1- Google analytics: Que é fundamental para qualquer tipo de negócio, pois com esse tipo de ferramenta é possível conhecer o comportamento do seu público, identificar as páginas mais e menos acessadas e os itens mais buscados ou seja, é muito usado para tomada de decisão;

2- SEM rush: É capaz de mostrar dados sobre as palavras-chaves e ainda mais aprofundamento sobre o marketing, isso significa conhecer os principais termos que são utilizados pelo público no momento da busca na internet;

3- Similar Web: Essa ferramenta é muito utilizada pelas empresas para análises da concorrência, uma ferramenta muito útil para questão de análise do mercado atual de sua concorrência;

4- Trello: O Trello é utilizado para o foco da gestão, ou seja, organiza o trabalho de toda a sua equipe e sabe exatamente no que cada membro está trabalhando;

5- Hotjar: Ele coleta dados comportamentais dos seus visitantes dentro das páginas, como por exemplo se os visitantes estão rolando até o final da sua página, quais produtos estão sendo ignorados ou se até mesmo só entram e não ficam nem um minuto da página;

6- Tawk.to: Se preocupa com o atendimento bom e eficiente ao cliente, proporcionando um chat on-line de forma gratuita, assim tirando dúvidas e entrando com um pós-venda com o cliente;

7- Google Trends: Essa ferramenta mostra um gráfico de pesquisa com uma variação do volume de buscas ao longo do tempo, além disso analisando assuntos atuais do mundo.

3 O E-COMMERCE E A LOGÍSTICA

Primeiro deve-se saber o que é logística, a origem da palavra logística vem do grego e significa habilidades de cálculo e de raciocínio lógico. A logística em si é um conjunto de métodos e meios destinados a fazer o que for preciso para entregar os produtos certos, no local adequado, no tempo combinado, visando satisfazer a demanda de clientes ao menor custo possível e no menor tempo possível. (ENTENDA...,2019).

Ou seja, ela visa administrar o tempo gasto na produção, no armazenamento e na entrega do produto acabado para o cliente.

Para o profissional da área a logística é vista como:

A parte do gerenciamento da cadeia de abastecimento que planeja implementa e controla o fluxo e armazenamento eficiente e econômico de matérias-primas, materiais semi-acabados, bem como as informações a eles relativas desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o propósito de atender às exigências dos clientes. (CARVALHO, 2002).

Ou seja, pode-se perceber que a logística é parte essencial de qualquer comércio, indústria, empresa e no e-commerce não se é diferente. A logística no e-commerce está na preocupação com organização e com o crescimento do negócio, pois só com um planejamento logístico eficiente, consegue ter:

- Uma loja estruturada;
- Cumprimento de prazos;
- Controle do valor do frete;
- Controle do estoque;
- Previsibilidade no prazo de entrega;
- Pós-venda;
- Capacidade de garantia de um bom atendimento ao cliente. .

Portanto é um processo complexo de várias etapas. Cada uma delas depende da outra, exigindo que a empresa tenha um bom controle para garantir que todas aconteçam no prazo e da maneira esperada.

Já a logística no e-commerce tem uma certa peculiaridade de acordo com:

No comércio eletrônico a logística se envolve em um nível além de complexidade devido à singularidade de cada pedido. Já no varejo físico, geralmente, os pedidos são feitos em grandes lotes, que passam pelos centros de distribuição, os atacadistas e, por fim, os varejistas até onde os clientes se dirigem para adquirir os produtos. (SCHNAIDER, 2020).

Portanto na venda eletrônica, você tem o grande desafio de enviar um certo pedido, único a uma determinada pessoa, sem que ela necessariamente esteja próxima de outros clientes ou seja acontece muito imprevistos, como a entrega demorar, ou vir avariada, roubos de carga e muitas outras coisas.

Ainda que seja um serviço terceirizado, o cliente sempre vai associar a experiência como um todo à sua marca e não ao transportador.

Contudo associamos que, a logística para o e-commerce precisa ser estudada, estruturada e planejada de acordo com o modelo de negócio para que não aja falhas, para alcançar no fim os três principais objetivos:

1. Redução de custos;
2. Economia de gastos;
3. Satisfação dos clientes com o serviço.

4 E-COMMERCE E A PANDEMIA DA COVID-19

A Covid-19 gerou um aumento no comércio eletrônico e acelerou a transformação digital. Aonde veio trazendo vários tipos de consumidores sendo elas crianças, adolescentes, adultos e até mesmos os idosos foi uma inovação pois, com o e-commerce começaram a se envolver mais com essa plataforma e com isso aumentar o distanciamento.

Assim como todos vem nos mostrando, notamos mudanças proeminentes em relação ao comércio eletrônico, em particular, ao longo da cadeia de abastecimento de alimentos: até mesmo os produtores mais indiretamente atrelados, ao online ampliaram o uso de tecnologias digitais para vender seus produtos diretamente aos consumidores - a exemplo da classe dos agricultores. Além disso, inversões também puderam ser observadas: se antes o setor de livros e eletrônicos tinham posição dianteira no mercado de e-commerce no Brasil, hoje os setores alimentício, farmacêutico e de higiene pessoal se destacam nos perdidos de entrega a domicílio.

A logística é um fator crítico de sucesso para varejistas online e ao mesmo tempo, uma área que é particularmente sensível em tempos como este. Isso se deve principalmente ao fato de que a presença física dos funcionários é necessária para o atendimento dos pedidos e entrega dos pacotes.

Com base nas instruções das autoridades de saúde, muitos prestadores de serviços de logística continuam a manter as medidas implementadas para não colocar em risco a segurança e a saúde dos seus colaboradores e para manter as atividades operacionais.

O e-commerce já apresentava expansão antes mesmo da pandemia. Devido ao isolamento social, as vendas online tomaram uma grande proporção. Dessa forma, o consumo permanece, porém em novos formatos.

As empresas que entenderam e se adaptaram têm maiores chances de superar a pandemia e ainda crescer seus negócios.

4.1 Crescimento do e-commerce no Brasil durante a pandemia

A pandemia encorajou mudanças no nosso cotidiano e na forma no comportamento de compras que provavelmente continuará no mundo pós-Covid.

Essa evolução de obrigatoriedade por causa do novo estilo de vida, mostram o crescimento do e-commerce no Brasil, principalmente dos produtos voltados para as necessidades básicas das pessoas, para evita estabelecimentos com muita movimentação para minimizar o risco de infecção do vírus, de acordo com:

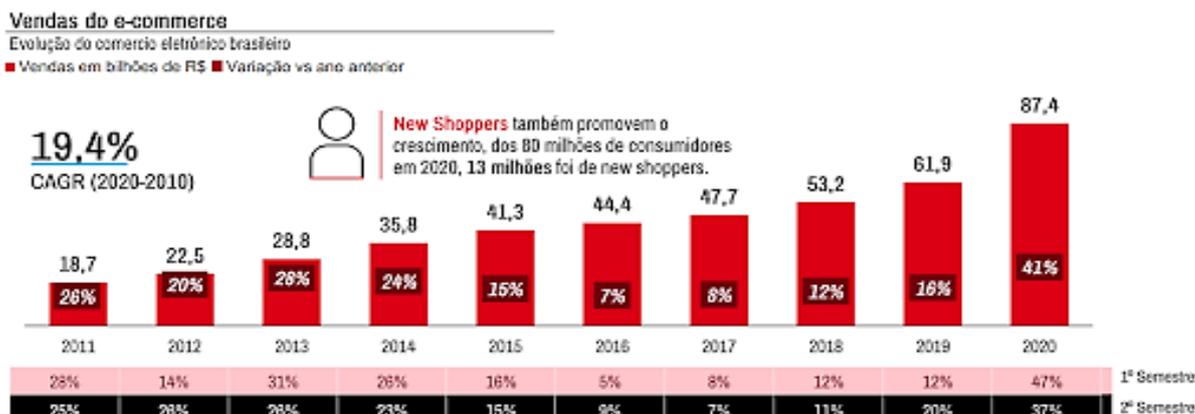
O mercado de e-commerce no Brasil, que ganhava espaço nos últimos anos, alcançou novos setores, clientes e produtos devido à crise sanitária iniciada em 2020, segundo pesquisa o mercado de e-commerce é responsável por 58% das vendas dos lojistas na pandemia. (TRISTÃO, 2021).

Já em 2020 o crescimento e eficácia desta área está pelos dados da ABCOMM (Associação Brasileira de Comércio Eletrônico), o comércio virtual no país cresceu 68% e movimentou R\$ 126,3 bilhões.

Atualmente em 2022 ainda pelos dados da ABCOMM, espera-se que o setor arrecade R\$ 169,5 bilhões. O número de consumidores no comércio eletrônico também deve aumentar de 79,8 milhões (2021) para 83,7 milhões (2022). Já o ticket médio deve crescer de R\$ 450 para R\$ 460.

Em seguida um gráfico mostrando a evolução do e-commerce:

Figura 1 - Evolução do comércio eletrônico brasileiro

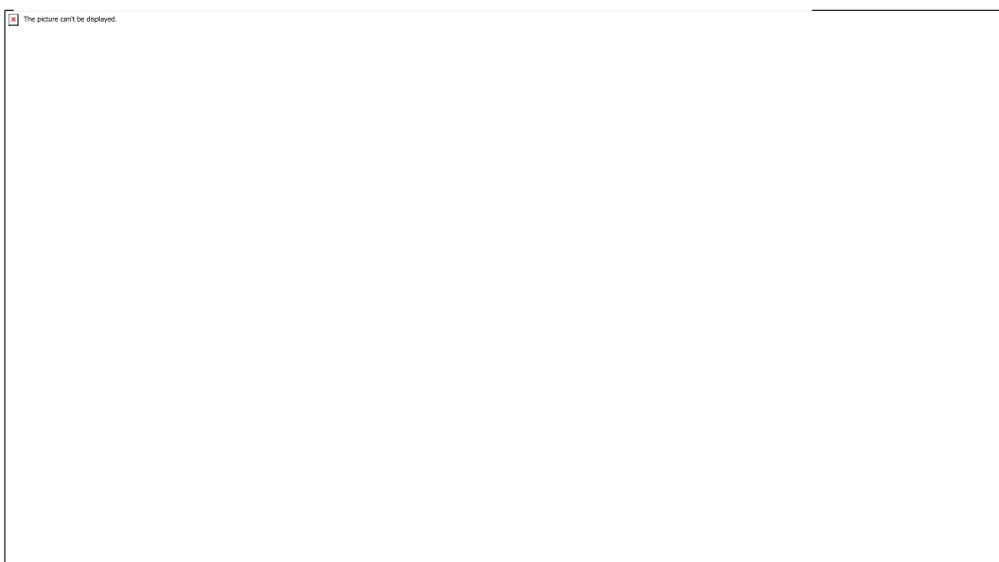


Fonte: Rondinelli, (2021).

Em resumo, à medida que a transformação digital avança, novos modelos de negócios surgem de maneiras difíceis de prever e que desafiam as estruturas políticas tradicionais.

Com pandemia, comércio online mais que dobra e já chega a 21% das vendas, que obrigou o fechamento das lojas físicas, o e-commerce representava, em média 9,2% da receita; hoje são 21,2% (COM..., 2021 a). A pandemia provocou um salto na participação das vendas online no faturamento das empresas do comércio varejista brasileiro. Antes da crise sanitária que obrigou o fechamento das lojas físicas. Em seguida mais um exemplo com um gráfico:

Figura 2 - E-commerce no Brasil



Fonte: Mercado e consumo, (2020).

Contudo podemos ver a eficácia desse modelo de negócio durante a pandemia no Brasil.

4.2 Exemplos de crescimento de e-commerce durante a pandemia

Com base em pesquisas no mercado de negócios obtivemos os setores que mais cresceram na plataforma de e-commerce durante a pandemia e são eles:

- **Produtos de beleza**

Apesar do isolamento social, houve um crescimento na venda de produtos de beleza, o que pode estar relacionado a promoções nesta categoria e também a autoestima. Mesmo em casa, as pessoas querem se sentir bem segundo agência Corebiz, de São Paulo, o faturamento dessa área cresceu entorno de 68%. (GOEKING, 2020).

- **Farmácias**

As vendas tiveram impacto positivo a partir de março, após o início das medidas de prevenção contra a COVID-19, com um crescimento de 85,70%. (RODRIGUES, 2021)

- **Delivery de alimentos e bebidas**

Com a pandemia do covid-19, muitos estabelecimentos alimentícios também precisaram fechar suas portas. Mas aos poucos, o movimento nos restaurantes começa a se restabelecer, com diversas restrições para proteger a saúde dos clientes. Em meio a esta situação, uma forma de evitar o contato com outras pessoas, é pedir comida através do delivery, onde toda a negociação pode ser feita de forma digital, e teve um aumento de 53,37%. (5 ATIVIDADES..., 2021)

- **Pets**

Outro setor de destaque na pandemia é o mercado para pets. Diversas empresas passaram a oferecer compras via loja virtual ou até mesmo através de aplicativos como o WhatsApp, onde o cliente envia a lista de compras que precisa que teve um aumento de 78,29%. (RODRIGUES, 2021)

5 CASOS REAIS

Para conclusão deste trabalho demonstraremos os casos de empresas que investiram a ideia do e-commerce e obteve seu espaço no mercado aos dias atuais. As empresas são:

Mercado Livre:

O mercado livre nasceu em 1999, na Argentina, e atualmente opera em 18 países hoje sendo considerado o maior mercado eletrônico da América Latina. O objetivo de seu surgimento foi de facilitar a vida dos seus clientes e de tornar o e-commerce algo democrático, dito pelo próprio fundador da empresa:

Somos uma empresa de tecnologia que tem como objetivo democratizar o comércio eletrônico oferecendo a melhor plataforma e os serviços necessários para que pessoas e empresas possam comprar, pagar, vender, enviar, anunciar e gerir seus negócios na Internet (GALPERIN, 2018).

Segundo a base de dados feita pelo autor:

Com tal objetivo a ser feito o valor de mercado da companhia, desde 2007 na bolsa americana Nasdaq, saltou de US\$ 27 bilhões de dólares (R\$ 145 bilhões de reais) para quase US\$ 77 bilhões de dólares (R\$ 415 bilhões de reais), uma alta de 185%" (MAIOR... 2021).

Segundo a base de dados feita pela própria empresa "A cada segundo, nove vendas são realizadas na plataforma. Gerando 6 novos empregos por hora durante o ano de 2020, se consolidando como o principal meio de geração de renda para cerca de 900 mil famílias da América Latina" (MERCADO...,2021).

E segundo os dados do autor:

O aumento de usuários influenciou o volume de vendas, que também teve forte avanço, representando um crescimento ano a ano de 39,2% em dólar e de 46,1% em moeda. De acordo com a empresa, 73,4% desse valor provém de transações feitas em dispositivos móveis, que cresceram 218,2% em comparação com o segundo trimestre do ano passado. Foram

vendidos 244,6 milhões de itens, o que significa um crescimento ano a ano de 37% na América Latina. O volume de vendas no Brasil impulsionou o volume total. Só aqui, o volume cresceu mais de 40% na comparação com 2020, com mais de 125 milhões de itens vendidos neste trimestre. (MAIOR..., 2021).

Apesar do avanço, a plataforma tem ainda muito espaço para crescer segundo os dados:

Em 2020, as vendas online no mercado brasileiro passaram de uma participação de 5% do total do varejo para 10%. “Esse é um movimento que veio para ficar. Olhando para outros mercados o número é próximo de 20%. Na China, onde o e-commerce tem mais penetração, está em 25% (COM..., 2021 b).

Netflix:

O streaming norte-americano foi um dos maiores companheiros da população em meio a quarentena. Com cinemas fechados, a programação de filmes da empresa se atualizou, ao mesmo tempo, em que ganhava mais usuários, de acordo com os dados do autor:

Em um balanço enviado à acionistas em outubro, a Netflix informa que em nove meses 28,1 milhões de pessoas assinaram o streaming, ante 27,8 milhões em todo o ano de 2019. Fora isso, o faturamento da empresa também subiu, saindo do vermelho registrado no ano passado (- US\$ 1,6 bilhão) para encerrar o terceiro trimestre de 2020 com o lucro de US\$ 2,2 bilhões. (REVEDILHO, 2020).

Ifood:

Com o fechamento de restaurantes físicos, a startup apresentou aumento no número de pedidos abundantemente, chegando a 39 milhões de solicitações durante a pandemia, foi impulsionado pelo crescimento de 44% nos pedidos de pequenos e médios restaurantes.

De acordo com o aplicativo de delivery, 212 mil restaurantes faziam parte do banco de dados da empresa. (REVEDILHO, 2020).

Amazon:

Com o crescimento nas vendas em 2020, foi a Amazon, que fechou o terceiro trimestre do ano 2020 com um lucro de US\$ 6,3 bilhões, três vezes mais do

que o registrado no mesmo período de 2019. Com esse avanço a amazon, anunciou a criação de 400 mil vagas de emprego em 2020. (REVEDILHO, 2020).

3M:

Por conta do vírus a fabricação de mascaras cresceram de um modo inexplicável e com isso a 3m a maior fabricante de máscaras do mundo.

A 3M está entre as empresas que mais cresceram neste ano, para dar conta da demanda, a empresa anunciou, em janeiro, o aumento da produção de máscaras e equipamentos de proteção contra a doença. Isso fez com que o faturamento atingisse a marca de US\$ 8,08 bilhões no primeiro trimestre deste ano, aumento de 2,7% em relação ao mesmo período de 2019. (REVEDILHO, 2020).

Magazine Luiza:

Em 2020, a magazine luiza divulgou o maior faturamento em um único trimestre: R\$ 12,4 bilhões, com crescimento de 81% na comparação com o mesmo período de 2019. Os números se devem aos investimentos feitos pela empresa na plataforma de e-commerce, marketplace e em tecnologias mais apropriadas para lidar com o negócio, com este investimento a magazine cresceu 145% de 2019 a 2020. De acordo com o Magalu, a arrecadação neste setor de e-commerce e marketplace foi de R\$ 884 milhões e no acumulado dos últimos 12 meses, o valor passa dos R\$ 2,7 bilhões. (REVEDILHO, 2020).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

“Aqueles que se sentem satisfeitos sentam-se e nada fazem. Os insatisfeitos são os únicos benfeitores do mundo.” (Walter S. Landor)

“O que prevemos raramente ocorre; o que menos esperamos geralmente acontece.” (Benjamin Disraeli)

Considerando essas frases inspiradoras desses autores, se não fosse a evolução desta área, e tendo em vista os aspectos observados não teríamos feito e nem pensado neste trabalho, porque essa área de fato só tem tendência a crescer a cada ano que passa e ainda mais nesses tempos de pandemia em que vivemos e ainda vamos viver. Com essa evolução e com a nossa convivência no mundo virtual foi o que nos proporcionou a inspiração de estudar essa área incrível.

A exploração dessa área está cada vez mais lograda no mundo dos negócios, com certeza irá ter êxito nas futuras empresas que abordarem essa tática.

REFERÊNCIAS

5 atividades que cresceram durante a pandemia. Acsp. 2021. Disponível em: <https://acsp.com.br/publicacao/s/5-atividades-que-cresceram-durante-a-pandemia>. Acesso em: 01 abr. 2022

9 ferramentas essenciais para o sucesso de um e-commerce. Blog Ecommerce Brasil. 2018. Disponível em: <https://www.jetecommerce.com.br/blog/ferramentas-para-e-commerce/>. Acesso em: 04 mar. 2022.

BARROS, Miriam. **11 ferramentas gratuitas essenciais para seu e-commerce**. 2021. Disponível em: <https://www.conferecartoes.com.br/blog/10-ferramentas-essenciais-e-commerce>. Acesso em: 22 jul. 2021.

COM pandemia, comércio online mas que dobra e já chega a 21% das vendas. Infomoney. 2021 a. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/com-pandemia-comercio-online-mais-que-dobra-e-ja-chega-a-21-das-vendas/>. Acesso em: 17 out. 2021.

COM pandemia, Mercado Livre cresce 185% e se torna titã regional. Ecommercebrasil. 2021 b. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/mercado-livre-tita-regional-coronavirus/>. Acesso em: 11 jan. 2021.

CONHEÇA a história do e-commerce! Agenciafg. 2021. Disponível em: <https://agenciafg.com.br/blog/e-commerce/historia-do-e-commerce>. Acesso em: 17 jul. 2021.

COZER, carolina. **Como os negócios podem se beneficiar da internet das coisas**. Whow. Disponível: <https://www.whow.com.br/tecnologia/negocios-beneficiar-internet-das-coisas/>. Acesso em: 13 fev. 2020

E-COMMERCE cresce 68% na pandemia e movimenta R\$126 bi. Folhadelondrina. 2021 a. Disponível em: <https://www.folhadelondrina.com.br/economia/e-commerce-cresce-68-na-pandemia-e-movimenta-r-126-bi-3073015e.html>. Acesso em: 21 maio. 2021.

E-COMMERCE: as vantagens e desvantagens desse modelo de negócios. Traycorp. 2021 b. Disponível em: <https://www.traycorp.com.br/ecommerce-vantagens/>. Acesso em: 17 nov. 2021.

E-COMMERCE fatura R\$ 60 bilhões impulsionado por autosserviço. Mercado e consumo. 2020 c. Disponível em: <https://mercadoeconsumo.com.br/2020/05/13/e-commerce-fatura-r-60-bilhoes-impulsionado-por-autosservico/>. Acesso em: 13 maio. 2020.

E-COMMERCE para pequenos negócios. Sebrae. 2019 d. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PA/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Ebook-Ecommerce.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2022.

ENTENDA como funciona a logística para e-commerce. Redação Maplink. 2022 a. Disponível em: <https://maplink.global/blog/logistica-para-e-commerce/>. Acesso em: 17 fev. 2022.

ENTENDA o conceito de logística e sua importância dentro das empresas. Maispolimeros. 2019 b. Disponível em: <https://maispolimeros.com.br/2019/06/03/conceito-de-logistica/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20log%C3%ADstica%3F,c%3%A1lculo%20e%20de%20racioc%C3%ADnio%20l%C3%B3gico>. Acesso em: 03 jun. 2019.

GOEKING, Weruska. **Faturamento do comércio eletrônico de cosméticos cresce 68% durante quarentena**. Valorinveste. 2020. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/empresas/noticia/2020/06/26/faturamento-do-comercio-eletronico-de-cosmeticos-cresce-68percent-durante-quarentena.ghtml>. Acesso em: 26 jun. 2020

LOGÍSTICA para e-commerce: o que você precisa saber. blog.bling. 2022. Disponível em: <https://blog.bling.com.br/logistica-para-e-commerce/>. Acesso em: 05 jan. 2022.

MAIOR e-commerce latino, Mercado Livre mais que dobra receita. Consumidormoderno. 2021. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2021/08/05/mercado-livre-mais-que-dobra-receita/>. Acesso em: 05 ago. 2021.

MERCADO Livre amplia impacto na América Latina. Mercadolivre. 2022. Disponível em: <https://www.mercadolivre.com.br/institucional/nos-comunicamos/noticia/mercado-livre-amplia-impacto-na-america-latina>. Acesso em: 24 mar. 2022.

MUNIZ, Karen. **Objetivos do e-commerce**: Guia completo para definir os seus. Disponível em: <https://www.activecampaign.com/br/blog/objetivos-ecommerce>. Acesso em: 23 out. 2019.

O que é E-commerce? Como funciona e os melhores em 2022. Bertholdo.2022. Disponível em: <https://www.bertholdo.com.br/blog/o-que-e-e-commerce/>. Acesso em: 04 jan. 2022.

REVEDILHO, João. **Confira 10 empresa que venceram a covid-19, inovaram e cresceram em 2020**. Economia.ig. 2020. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/2020-12-29/confira-10-empresas-que-venceram-a-covid-19-inovaram-e-cresceram-em-2020.html>. Acesso em: 29 dez. 2020.

RODRIGUES, Bruna. **Os 5 setores do e-commerce que mais cresceram na pandemia**. Conversion. Disponível em: <https://www.conversion.com.br/blog/setores-pandemia/>. Acesso em: 18 mar. 2021.

RONDINELLI, Júlia. **Vendas em marketplace crescem acima do total de e-commerce. diz Ebit/Nielsen.** Ecommercebrasil. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/vendas-em-marketplace-crescem-acima-do-total-de-e-commerce/>. Acesso em: 16 mar. 2021.

SAMPAIO, Daniel. **Tipos de e-commerce:** saiba quais são e entenda como funcionam. Disponível em: [//rockcontent.com/br/blog/tipos-de-ecommerce/](http://rockcontent.com/br/blog/tipos-de-ecommerce/). Acesso em: 25 nov. 2017.

SARRAF, Thiago. **Aprenda a origem e o que é e-commerce.** Disponível em: <https://www.doutorecommerce.com.br/criando-um-e-commerce/aprenda-origem-e-o-que-e-e-commerce/>. Acesso em: 11 abr. 2020.

SCHNAIDER, Daniel. **E-commerce e logística** uma evolução conjunta. 2020. Disponível em: <https://revistamundologistica.com.br/artigos/e-commerce-e-logistica-uma-evolucao-conjunta>. Acesso em: 20 out. 2020.

TRISTÃO, Thiago. **O impulso do mercado de e-commerce no brasil diante a crise.** 2021. Disponível em: <https://www.mdsgroup.com.br/br/blog/o-impulso-do-mercado-de-e-commerce-no-brasil-diante-a-crise/#:~:text=Segundo%20a%20pesquisa%20realizada%20pela,vez%20mais%20digitais%2C%20fornecendo%20e>. Acesso em: 07 out. 2021.

TIPOS de e-commerce: e exemplos plataforma para venda online. São Paulo: Ghost. 2020. Disponível em: [//gyramais.com.br/blog/tipos-ecommerce-exemplos/](http://gyramais.com.br/blog/tipos-ecommerce-exemplos/). Acesso em: 04 dez. 2020.

TUCUNDUVA, Rodrigo. **Como montar um e-commerce partindo do zero: 7 etapas da plataforma às vendas.** 7 etapas da plataforma às vendas. 2022. Disponível em: <https://blog.lahar.com.br/gestao-empresarial/como-montar-ecommerce-partindo-do-zero/>. Acesso em: 23 fev. 2022.

TUDO o que você precisa saber sobre o Mercado Livre. Mercadolivre. 2022. Disponível: <https://www.mercadolivre.com.br/institucional/nos-comunicamos/noticia/tudo-sobre-o-mercado-livre/>. Acesso em: 25 mar. 2022.

VANTAGENS e desvantagens de um e-commerce. Agenciametodo. 2015. Disponível em: <https://agenciametodo.com/2020/10/05/vantagens-e-desvantagens-de-um-e-commerce/>. Acesso em: 17 fev. 2022.

Anexo A – Declaração de Autenticidade



DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no curso **Técnico em Logística** na **ETEC “Profª Anna de Oliveira Ferraz”**, declaramos ser os autores do texto apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso com o título **“O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE E SUA IMPORTÂNCIA PARA O SEU NEGÓCIO ATUALMENTE”**.

Afirmamos, também, ter seguido as normas da ABNT referente às citações textuais que utilizamos, dessa forma, creditando a autoria a seus verdadeiros autores (Lei n.9.610, 19/02/1998).

Através dessa declaração damos ciência da nossa responsabilidade sobre o texto apresentado e assumimos qualquer encargo por eventuais problemas legais, no tocante aos direitos autorais e originalidade do texto.

Araraquara, 29 de junho de 2022.

Nome	RG	Assinatura
Julia Alves Ferreira	64.213.876-x	
Thais de Oliveira Guimarães	57.804.799-8	
Thiago Da Silva Venancio	57.003.942-3	

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Depósito e disponibilização dos Trabalhos de Conclusão de
Curso no Repositório Institucional do Conhecimento (RIC-CPS)

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico em Logística, na qualidade de titulares dos direitos morais e patrimoniais de autores do Trabalho de Conclusão de Curso O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE E SUA IMPORTÂNCIA PARA O SEU NEGÓCIO ATUALMENTE, apresentado na Etec Profa. Anna de Oliveira Ferraz, município de Araraquara sob a orientação do(a) Prof.^(a) Gabriela Messias da Silva, apresentado na data 22/06/2022_cuja menção (nota)é ____:

- (X) Autorizamos o Centro Paula Souza a divulgar o documento, abaixo relacionado, sem ressarcimentos de Direitos Autorais, no Repositório Institucional do Conhecimento (RIC-CPS) e em outros ambientes digitais institucionais, por prazo indeterminado, para fins acadêmicos, a título de divulgação da produção científica gerada pela unidade, com fundamento nas disposições da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 e da Lei nº 12.853, de 14 de agosto de 2013.
- () Não autorizamos o Centro Paula Souza a divulgar o conteúdo integral, do documento abaixo relacionado, até a data __/__/____. Após esse período o documento poderá ser disponibilizado sem ressarcimentos de Direitos Autorais, no Repositório Institucional do Conhecimento (RIC-CPS) e em outros ambientes digitais institucionais, por prazo indeterminado, para fins acadêmicos, a título de divulgação da produção científica gerada pela unidade, com fundamento nas disposições da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 e da Lei nº 12.853, de 14 de agosto de 2013.
- () Não autorizamos a divulgação do conteúdo integral do documento abaixo relacionado, sob a justificativa:
-

O trabalho contou com agência de fomento¹:

(x) Não () CAPES () CNPq () Outro (especifique):

_____.

¹ Agência de fomento à pesquisa: instituições que financiam projetos, apoiam financeiramente projetos de pesquisa.

Atestamos que todas as eventuais correções solicitadas pela banca examinadora foram realizadas, entregando a versão final e absolutamente correta.

Araraquara, 22/06/2021.

Nome completo dos autores	RG	E-mail pessoal	Assinatura
Julia alves ferreira	64.213.876-X	mipenquis02@gmail.com	
Thais de oliveira guimaraes	578047998	thaisguimaraes124@gmail.com	
Thiago da silva venancio	570039423	Tsvenancio84@gmail.com	

Cientes:

Professor Orientador:

Nome completo:

RG:

Coordenador do Curso:

Nome completo:

RG:
