

COMÉRCIO ELETRÔNICO E LOGÍSTICA EM UMA EMPRESA DE PEQUENO PORTE

Leonardo Henrique dos Santos (IC); Marcos Henrique Fontoura da Silva (IC); Selma Maria da Silva (PQ); Simone Maria de M. Mesquita (PQ)

PIBIC-EM/PIBIC/PIBITI
Câmpus Anápolis
Selma.silva@ifg.edu.br
simone.mesquita@ifg.edu.br

Palavras Chave: E-commerce; Logística; Fulfillment.

Introdução

Com os avanços tecnológicos cresce exponencialmente o número de transações realizadas por meio do comércio eletrônico - *electronic commerce*, ou simplesmente *e-commerce*. O *fulfillment* é uma solução de logística para o *e-commerce* e compreende toda a operação logística, desde o recebimento do pedido na loja virtual ou *marketplace* - (*smart picking*), emissão da Nota Fiscal, separação do pedido, conferência, embalagem (*packing*), emissão de etiquetas, *checkout*, expedição para a transportadora, *trackings* do pedido (rastreamento do pedido ou monitoramento) e seu envio ao consumidor, até a efetiva entrega ao consumidor (BEE X LOGISTICS). Nesse sentido, esta pesquisa buscou responder as seguintes questões: o que é *fulfillment*? Como funciona essa operação na logística interna da empresa? O objetivo geral da pesquisa é descrever as operações de *fulfillment* em uma pequena empresa virtual. Os objetivos específicos são: caracterizar a empresa investigada; descrever as etapas de *fulfillment* em suas operações internas; identificar as vantagens e desvantagens de realizar essas operações pela própria empresa. O *fulfillment*, por ser uma operação logística voltada para o *e-commerce*, ainda é um tema relativamente novo, com poucas produções acadêmicas, sinalizando a importância de discutir o assunto.

Metodologia

A abordagem da pesquisa é qualitativa, do tipo descritiva. Utilizou-se do estudo de caso e da pesquisa bibliográfica. Para a coleta dos dados primários foi realizada entrevista com o gestor da empresa investigada. Utilizou-se do editor de texto Microsoft Word para transcrição. Logo após, os dados foram analisados e comparados com a literatura em questão.

Resultados e Discussão

A empresa investigada atua no ramo varejista, porte de microempresa, regime jurídico de Sociedade Limitada. Atua no mercado menos de um ano, com cobertura a nível nacional. O capital investido é próprio. A empresa é predominantemente virtual, promovendo seus produtos por meio de redes sociais - *Instagram*, *Facebook*, Site Próprio. Seus produtos são voltados para o público infantil. Utiliza uma plataforma de *e-commerce* integrada ao seu sistema de gestão ERP. A plataforma utilizada é nas nuvens, reduzindo custos, facilitando o acesso rápido e redução de perda de informações. As principais etapas do *fulfillment* na empresa investigada são: estoque, separação; *packing*; transporte; pós-venda. As vantagens destacadas foram: redução de custos, agilidade na entrega. Já as desvantagens foram: tempo gasto na execução e controle das etapas do *fulfillment*, e trabalho operacional cansativo.

Conclusões

A empresa investigada destaca que seu porte e volume de atividades não permite a terceirização das operações de *fulfillment*, assim ela mesma realiza tais operações, destacando algumas vantagens e desvantagens que corroboram com resultados encontrados na literatura.

Agradecimentos

Ao IFG campus Anápolis e à orientadora Prof^a Dr^a Selma Maria da Silva.

ANYMARKET. **Trilha Fulfillment: da definição à reflexão do processo!** Disponível em: <https://marketplace.anymarket.com.br/e-commerce/fulfillment/>. Acesso em: 22/06/2020.

BEE X LOGISTICS. **O que é Fulfillment e porque ele é tão importante no meu e-commerce?.** Disponível em: <http://beexlog.com.br/web/fulfillment/>. Acesso em: 13/06/2020.