

6

CONCLUSÃO

6.1

CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONTRIBUIÇÕES DO ESTUDO

A revolução proporcionada pela tecnologia da informação e encorpada pelas comunicações eletrônicas (*intranet* e *internet*, por exemplo) foi acompanhada de uma série de mudanças drásticas no âmbito social, econômico e cultural. Inserido neste contexto, está o modo de fazer negócio, seja ele entre pessoas físicas, jurídicas, e até mesmo, entes públicos. Envoltos a essas mudanças comportamentais da sociedade, o comércio eletrônico vem despontando, há algum tempo, como a grande vedete do ciberespaço (Levy, *apud* Albuquerque, 2001) de negócios.

Mesmo ante o crescimento vertiginoso do *e-commerce*, sua simples existência, como um canal de negócio para uma empresa, não pressupõe sucesso. Os processos envolvidos para sua execução abrangem, principalmente, importantes conceitos ligados à logística. Destarte, é pertinente afirmar que o meio que concebe a criação e manutenção, eficiente e eficaz, de todos os processos ligados ao comércio eletrônico, é relacionado, primordialmente, às doutrinas logísticas, as quais, por sua vez, devem ser adaptadas para um tipo de negócio particular e com características específicas.

Abarcada pelas premissas de acompanhar e desenvolver novos conceitos, adotar e/ou reformular sistemas de gestão condizentes com as exigências de nível de prontidão, a Marinha do Brasil vem produzindo estudos que viabilizem a integração de tecnologias do ambiente empresarial aos preceitos bélicos. Desta forma, uma vez que os conceitos contemplados pela logística do *e-commerce* incutem tecnologias de ponta, em níveis estratégico, gerencial e operacional, de sistemas informacionais e de processo, o interesse na adaptação ao meio militar se mostra pertinaz.

Tomando como base uma estrutura pré-concebida, pela Marinha, e com características muito próximas às de um mercado comum, não só as premissas, como também a gestão logística, serviram de base para o desenvolvimento do estudo em fomento. A busca por níveis elevados de atendimento das necessidades dos militares, principais elementos da Força, combinada com o grau de essencialidade dos uniformes, quanto ao cumprimento das rotinas tanto administrativa como de combate, corroboraram para o desenvolvimento do tema.

Em sendo assim, o estudo pautou-se na pesquisa das características condizentes com o *e-commerce* B2C, em termos de desenvolvimento da logística que o suporta, relacionando sua exequibilidade para o desenvolvimento de mais um canal de venda de itens de uniformes aos militares da Marinha do Brasil.

Avaliando-se as características inerentes ao comércio eletrônico B2C praticado pelo meio empresarial, foi possível estabelecer os aspectos e desafios logísticos que as organizações, que lidam com este tipo de modalidade de negócio, enfrentam. De posse destes dados, foram estabelecidos paralelos com as peculiaridades existentes na Força, de modo a apresentar subsídios para que a adoção deste canal de venda possa ser implementado de forma sistemática, paulatina e dentro dos princípios logísticos ligados ao *e-commerce*.

A correlação estabelecida, entre as singularidades da Instituição e os aspectos e desafios do comércio eletrônico, permitiu a análise de pontos sensíveis à adoção desta modalidade de negócio. Tais análises basearam-se no estabelecimento de modelos gerenciais e doutrinas logísticas que possibilitassem a identificação e maximização das características, existentes na Força, que favorecessem o *e-commerce* B2C, bem como, na adaptação (mudança ou extinção) de atividades, procedimentos e operações que não estivessem adequadas aos seus preceitos logísticos.

As particularidades logísticas do comércio eletrônico não representam um empecilho para a sua implantação, na Marinha. Pelo contrário, diversos aspectos inerentes a esta modalidade de negócio poderão ser maximizados, haja vista as características físicas, tecnológicas e processuais existentes na Força. Obviamente, algumas deverão sofrer adaptações, contudo, as vantagens que esse novo canal de

vendas propiciará ao sistema superarão as nuances que sua adoção trará, além de permitir a prática de operações e doutrinas logísticas mais avançadas.

A contribuição do sistema proposto, portanto, em sua gênese, está em fazer valer a possibilidade relacionada à estruturação, na Marinha do Brasil, de um aparelho logístico altamente eficiente, resultado das necessidades primordiais da adoção do *e-commerce* B2C.

O foco nos serviços logísticos, base desta modalidade de negócio, trará, à Força, uma capacidade gerencial sem precedentes, além dos proveitos em termos de otimização na utilização dos recursos, reestruturação e reformulação das operações logísticas. Um novo sistema, mais eficiente e ágil, e com menores custos, poderá ser implementado, consonante às exigências logísticas de um mercado “*e-varejista*”. Desta forma, as premissas de aprestamento, pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias e conceitos, apropriados para a sua operação, estarão sendo plenamente atendidas, considerando, ainda, o atendimento aos índices que tratam de nível de serviço, de atendimento e satisfação do cliente militar.

E, ainda, mesmo sendo aplicados, inicialmente, em uma classe de material (fardamento), os conceitos a serem desenvolvidos, através das doutrinas logísticas do comércio eletrônico, poderão se estender às demais classes que compõem o SAbM, após suas consolidações.

Ante os resultados logísticos esperados pela adoção do comércio eletrônico na Marinha do Brasil, tornar-se-á possível a disseminação dessas doutrinas e conceitos a outros segmentos públicos, militares ou não.

6.2

SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

Os resultados obtidos por esse estudo, por sua vez, não exaurem os assuntos inerentes à implantação efetiva do *e-commerce* B2C, para venda de fardamento na Marinha. Sua adoção como mais um canal de vendas, deve ser precedida de novas pesquisas que abordem pontos específicos e os esgotem, em termos de planejamento de execução. Desta forma, a pesquisa realizada por este trabalho serve de base de conhecimento para o desenvolvimento de novos estudos, dos quais são sugeridos:

- Análise do comportamento e previsibilidade da demanda a partir da implantação do *e-commerce* B2C para venda de uniformes na Marinha do Brasil;
- Gestão de estoques de uniformes, a partir da adoção de um modelo logístico híbrido, entre a realidade tradicional e virtual, na administração das atividades de *e-commerce* B2C na Marinha;
- Reorganização estrutural (física e de sistemas) e processual para a adoção do *e-fulfilment*, no DepFMRJ, quando da adoção do comércio eletrônico B2C;
- Estudo que trata da preferência pela utilização de prestadores de serviço logístico de transporte, em detrimento à manutenção de uma frota própria para as operações de distribuições físicas relacionadas ao *e-commerce* B2C de fardamento na Marinha do Brasil;
- Estudo de viabilidade em se manter, somente, o canal de vendas através do *e-commerce* B2C para o fornecimento de uniformes aos militares, na Marinha do Brasil.

Por fim, o autor acredita haver conseguido atingir os objetivos propostos, com a humildade de reconhecer que este trabalho não representa, como já dito, um ponto final sobre o assunto, mais sim, uma contribuição para os conhecimentos existentes acerca dos tópicos abordados.

Espera, ainda, que os estudos em torno de novos conceitos logísticos sugeridos e necessários para a implantação do *e-commerce* B2C, na Marinha do Brasil, tragam aquilo que todos brasileiros esperam da Força: elevado nível de prontidão para a defesa dos interesses nacionais.