

## 1. Introdução

Em todos os setores da economia verifica-se um aumento crescente da competitividade entre as organizações. Para se evitar a perda de clientes para as suas concorrentes, as empresas são obrigadas a reagir rapidamente às mudanças, aliadas às tomadas de decisões corretas. As empresas estão sempre em busca de opções que permitam uma maior captura de clientes. O comércio eletrônico tem sido considerado uma ferramenta indispensável no ambiente atual, principalmente em decorrência da globalização e integração interna e externa das organizações.

Com margem de lucro cada vez mais espremida, devido à concorrência no varejo tradicional, empresas estão considerando o comércio eletrônico como uma alternativa viável para os seus objetivos organizacionais. Entretanto, o processo de evolução acentuado neste setor, bem como suas características únicas do ponto de vista logístico, vem gerando uma enorme necessidade de entender melhor o seu desafio.

Empresas de varejo tradicionais que aderiram a este segmento do mercado precisam urgentemente reformular seu sistema de distribuição, contemplando principalmente o novo estilo de demanda, de clientes, e de pedidos. Para tanto, serão analisadas neste trabalho principalmente as atividades integrantes do ciclo de pedido que geralmente apresentem falhas.

Segundo Fleury & Monteiro (2000) “O grande desafio do comércio eletrônico, diferentemente do que se possa imaginar, não se encontra na atividade de entrega física porta a porta, mas na atividade de *fulfillment*, ou atendimento do pedido. Este compreende o processamento do pedido, a gestão do estoque, a coordenação com os fornecedores, e a separação e embalagem das mercadorias.” Tanto do ponto de vista do fluxo físico como do fluxo de informações, o sistema de distribuição do comércio eletrônico B2C é a área que apresenta as maiores falhas de operações logísticas.

Devido ao complexo elo de atividades interorganizacionais, o controle efetivo destas operações de distribuição constitui uma forte tendência de primeiramente nivelar alguns conceitos e características básicas entre os integrantes do sistema de distribuição do comércio eletrônico. Adicionalmente,

há de se preparar para a forte evolução deste mercado a fim de oferecer o serviço desejado a um custo baixo para a cadeia como um todo.

Uma vez difundidas as complexidades do comércio eletrônico B2C, é necessário analisar dados sobre empresas engajadas no setor.

Esta dissertação tem como objetivo identificar as vantagens e desvantagens do comércio eletrônico, bem como os desafios e desempenhos logísticos. Além disso, será aplicada a metodologia de Análise Envoltória de Dados (DEA) para avaliar o grau de eficiência produtiva entre as empresas brasileiras de comércio eletrônico, considerando os recursos de que dispõem (*input*) com os resultados alcançados (*output*). Por fim, propõem-se verificar os principais problemas logísticos da SomLivre.Com.

O desenvolvimento deste trabalho foi realizado em seis capítulos, conforme descrito abaixo.

O Capítulo 1 faz-se uma introdução ao tema e os principais objetivos.

O Capítulo 2 descreve a Internet como sendo o foco principal e atrativo para todos os países principalmente no mundo empresarial, onde o importante é a disseminação da informação. Além da evolução da internet, será descrito também o perfil dos internautas.

O Capítulo 3 possui uma revisão bibliográfica do Comércio Eletrônico, bem como histórico, evolução, características, vantagens e desvantagens em relação comércio tradicional, tipo de modelo de negócio, perfil do consumidor. Além disso, como a Logística passou a ser um dos elementos principais na estratégia competitiva das empresas deste segmento, serão descritos o conceito, importância das atividades logísticas, do avanço da tecnologia da informação e a descrição do processo de compra pela Internet.

O Capítulo 4 apresenta uma revisão bibliográfica da metodologia aplicada para analisar a eficiência das empresas brasileiras de comércio eletrônico em relação a sua escala de capacidade de produção. Optou-se por utilizar a metodologia de Análise Envoltória de Dados (DEA – *Data Envelopment Analysis*). Para desenvolver esta análise foram considerados os dados dos anos 2003 e 2004, disponíveis pela Revista Exame – Maiores e Melhores. Contudo, antes de apresentar o conceito da metodologia aplicada, descreveu-se alguns conceitos básicos: produtividade, curva de produção, eficiência e eficácia.

O Capítulo 5 descreve a pesquisa de um estudo de caso da empresa SomLivre.Com. Para avaliar o desempenho da empresa foi abordado o conjunto de dimensões definida em estudos de La Londe et al. (1988), Bowersox e Cooper (1992) e Christopher (1992): disponibilidade de produto, tempo de ciclo do pedido, consistência do prazo de entrega, frequência de entrega, sistema de recuperação de falhas e apoio pós-entrega. Esse conjunto refere-se à qualidade do serviço ao cliente e o ciclo do pedido. Além disso, descreve-se todo o processo logístico da empresa e seu histórico.

O Capítulo 6 apresenta as conclusões e recomendações futuras.