

SOFTWARE PARA GESTÃO E CONTROLE DE E-COMMERCE
E-COMMERCE MANAGEMENT AND CONTROL SOFTWARE
SOFTWARE DE GESTIÓN Y CONTROL DE COMERCIO
ELECTRÓNICO

Gabriel Gonzalez Brito da Silva
gabriel.gonzalezbs@gmail.com

Patrícia da Silva Moreno e Souza
profpatricia.moreno@gmail.com

FACULDADES FACCAT

INTRODUÇÃO

Com o simples objetivo de trazer mais praticidade para os usuários e lucros para seus negócios, muitos empreendedores estão investindo nas lojas virtuais para aumentarem suas vendas e a satisfação de seus clientes.

O avanço tecnológico e o aumento no número de pessoas que utilizam a internet potencializou a migração de inúmeras lojas físicas para as lojas virtuais, mas mesmo com tanto crescimento muitas pessoas querem criar uma loja virtual, porém não sabem por onde começar e pensando em atender estes usuários nasceu este projeto.

Segundo Chaffey (2014), e-commerce significa “comércio eletrônico” em português, é uma modalidade de comércio que realiza suas transações financeiras por meio de dispositivos e plataformas eletrônicas, como computadores e celulares.

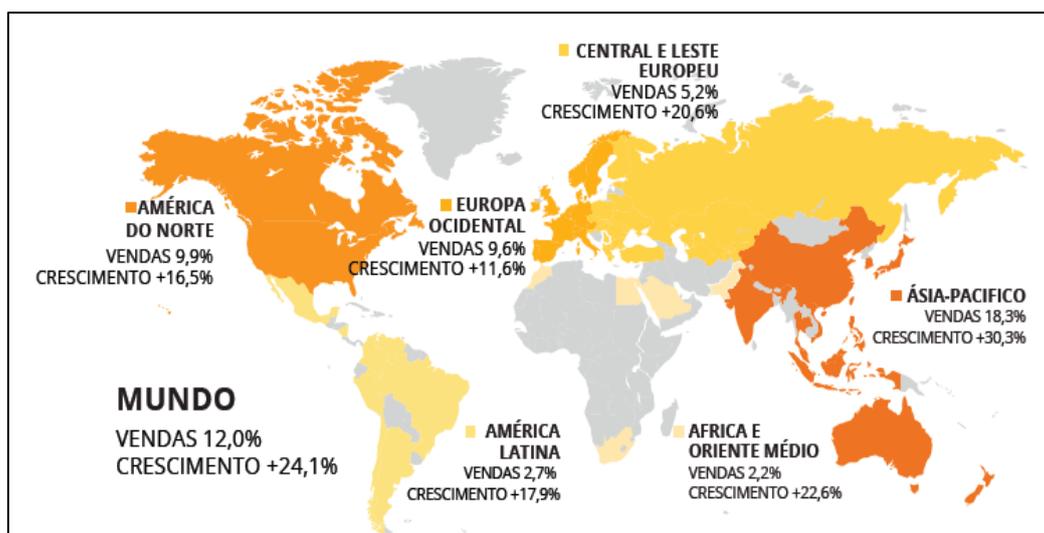
O e-commerce frequentemente é visto como uma simples referência a comprar e vender usando a Internet; as pessoas pensam imediatamente na compra feita no varejo por consumidores de empresas como a Amazon. Mas o e-commerce envolve muito mais do que transações financeiras mediadas entre organizações e clientes: ele deve ser considerado como todas as transações mediadas eletronicamente entre uma organização e qualquer terceiro com a qual ela se relacione. Por essa definição, transações não financeiras, como as solicitações dos clientes por mais informações, também seriam consideradas parte do e-commerce. (CHAFFEY, 2014).

O crescimento do e-commerce não é restrito apenas ao Brasil, é mundial, segundo o portal eMarketer (2019), os continentes que lideram esse crescimento são Ásia e Pacífico (+30,3%). O e-commerce apresentou 24% de crescimento no mundo todo em

2018, atingindo uma marca de 2,9 trilhões de dólares em vendas, Na América Latina o crescimento foi de 17,9% com relação ao mesmo período de 2017.

Abaixo temos o a Figura 1 que mostra o resultado dos estudos do portal Ebit (2019).

Figura 1 - NÚMEROS DO E-COMMERCE NO MUNDO



Fonte: Ebit | Nielsen <<https://www.ebit.com.br/webshoppers>>, 2019.

E muito além do crescimento e renda, ao optar por vender online você tem inúmeros benefícios, como por exemplo: atendimento 24 horas, vendas sem limites geográficos, comodidade, competitividade, custos reduzidos, múltiplos estoques e acompanhamento do desempenho.

Este trabalho tem como objetivo definir melhores práticas de venda e auxiliar na criação e manutenção de lojas virtuais para empresas de pequeno e médio porte. Criando um eficiente controle e uma boa gestão de negócio, o que é primordial para a manutenção e longevidade de uma empresa.

Nesse contexto, a justificativa deste trabalho é apresentar técnicas e ferramentas que irão auxiliar um empreendedor a começar seu e-commerce, pois atualmente há uma deficiência na área de gerenciamento de negócios online, e uma empresa sem organização dificilmente chega ao seu objetivo planejado. Tendendo ao fracasso em tempo inesperado.

METODOLOGIA

Este trabalho tem a finalidade de informar e apontar qual o melhor método para alcançar resultados significativos nas suas vendas utilizando ferramentas prontas do e-commerce. A metodologia utilizada neste trabalho é baseada na pesquisa bibliográfica e no desenvolvimento de um aplicativo com o Framework Cakephp da linguagem PHP que contará com as funcionalidades de gestão e controle financeiro com o intuito de ampliar vendas e minimizar gastos para pequenos e médios empreendedores. As informações do sistema serão armazenadas em um banco de dados MySQL.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Segundo Michelle Nogueira (2015), datar quando o Comércio começou precisamente é difícil, mas muitos registros e historiados apontam que o Comércio surgiu na antiguidade através do escambo, que era a troca de mercadorias ou serviços entre grupos. E o Comércio consiste exatamente nisso, trocar uma coisa por outra.

As primeiras sociedades utilizavam coisas que por si só já tinham valor, por exemplo: grãos, cacau e animais. A origem da palavra salário se dá por isso (NUSDEO, 2011).

A promoção do sal de simples produto a moeda – daí, talvez, a palavra salário – deveu-se a algumas características peculiares: o fato de ser geralmente aceito, poder conservar as suas características físico-químicas por muito tempo, facilidade de guarda, de transporte, sobretudo de fracionamento. (NUSDEO, 2011, p. 49).

Antes as notícias e informações levavam dias para chegar a outros lugares, mas atualmente a tecnologia nos proporciona uma troca de informações instantaneamente com quem está do outro lado do mundo. Esse fenômeno mudou muito a maneira como fazemos Comércio, hoje não precisamos deixar o conforto de nossas casas para adquirir um produto ou serviço.

Embora as primeiras lojas tenham sido da empresa Le Bon Marchè, abertas em 1852 em Paris; a Marck & Spencer, de Londres, é de 1884; e a Tietz, de Berlim, de 1898. A nova modalidade atingiu a sua máxima difusão nos Estados Unidos, por meio da Marshall Field's, construída em 1881 em Chicago, e da Macy's, de Nova York, em 1887. [...] (HERCE, 2015, p. 194).

As lojas como as conhecemos começaram a surgir por volta de 200 anos atrás, antes disso os comércios se caracterizavam por serem pequenos empreendimentos (padarias, armazéns, lojas), tudo muito simples e rústico.

Com o passar dos anos o Comércio evoluiu de simples lojas para grandes magazines, os shoppings e a venda pela internet, maneiras de se comercializar que nem eram imaginadas a 100 anos atrás.

Sociedade e Comércio evoluíram juntos, ambos ajudando no desenvolvimento de tecnologias, criação de ferrovias, estradas, portos, pontes e etc. Nos dias atuais existem várias formas de vender um produto: na loja física, delivery, à distância, pela internet e etc. Os comerciantes procuram dar o maior conforto possível para que os clientes façam suas compras.

Mas a ferramenta que mais está transformando a relação entre vendedores e consumidores é a tecnologia. Após o ano 2000, com a popularização da internet a fronteira entre lojas físicas e virtuais vem se tornando mais tênue.

A globalização não é apenas palavra da moda, mas a síntese das transformações radicais pelas quais vem passando a economia mundial desde o início dos anos 80. (FONSECA, 2019)

Uma nova modalidade de Comércio surgiu e as lojas físicas funcionam de forma complementar, a velocidade em encontrar o que precisamos torna a experiência de compra mais prazerosa por conta da facilidade e praticidade, não precisamos mais sair do conforto de nossos lares para comparar preços ou adquirir um produto ou serviços.

O E-commerce mudou a maneira que interagimos com as lojas e vendedores, não basta ter apenas o melhor atendimento, as lojas competem entre si pelo menor preço, qualidade do produto, eficiência na hora de atender, menor prazo de entrega e até mesmo no pós-venda. É comum hoje em dia recebermos várias notificações em nossos e-mails sobre nossa satisfação e com informações de novos produtos.

Outro fator importante é a quantidade de usuários que utilizam seus smartphones para acessar sites e efetuar compras online. Esse mercado está sendo chamado de M-commerce.

É um crescimento de 30% no faturamento do primeiro semestre de 2018 em comparação com o mesmo período do ano de 2017, a quantidade de pedidos feitos

também aumento de 12,4 para 17,4 milhões de pedidos, uma variação de 41% a mais que no mesmo período do ano anterior. O único item que teve uma queda de 7%, foi o valor total gasto em uma compra online, que é chamado de Tíquete Médio (NIELSEN, 2019).

Logo abaixo temos a Tabela 1, que é fruto de um estudo publicado pela Ebit e mostra os resultados das vendas efetuadas por dispositivos móveis, o que comprova que os usuários adotaram os smartphones para realização de compras no comércio eletrônico.

Tabela 1 – Exportações para mercados selecionados

NÚMEROS DO M-COMMERCE			
PERÍODO	PEDIDOS	FATURAMENTO	TÍQUETE MÉDIO
1s 17	12,4 MI	R\$ 5,2 BI	R\$ 417
1s 18	17,4 MI	R\$ 6,7 BI	R\$ 386
	VARIAÇÃO 41 %	VARIAÇÃO NOMINAL 30 %	VARIAÇÃO NOMINAL -7 %

Fonte: <<https://www.ebit.com.br/webshoppers>>

A expectativa entre os empresários é grande para este mercado, pois o E-commerce demonstrou sua vocação para crescer mesmo em períodos de crise.

Entretanto, apesar da baixa na economia em 2018, dados da ABComm contabilizaram mais de 203 milhões de pacotes enviados pelo comércio eletrônico para os consumidores. O tíquete médio em 2017 alcançou R\$ 294 e, entre os itens mais comprados, destaca-se, em primeiro lugar, a categoria de Eletroeletrônicos, seguida de Óticas e Acessórios e Acessórios Automotivos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de como um software pode melhorar e potencializar o alcance na visualização dos produtos de um pequeno empresário e aumentar consideravelmente suas vendas e seu lucro. Além disso, também permitiu uma pesquisa de campo para obter dados mais consistentes sobre as

etapas do processo, parte mais demorada do processo, grau de conhecimento em informática dos profissionais que o utilizarão e etc.

REFERÊNCIAS

BELLIS, Mary. **The History of Money**. ThoughtCo., 30 abr. 2018. Disponível em: <https://www.thoughtco.com/history-of-money-1992150>. Acesso em: 20 abr. 2019.

CHAFFEY, Dave. **Gestão de E-Business e E-Commerce: Estratégia, Implementação e Prática**. São Paulo: Elsevier Editora Ltda., 2014.

EBIT | NIELSEN. Webshoppers. **WEBSHOPPERS 38º Edição**, [S. l.], 2018. Disponível em: <https://www.ebit.com.br/webshoppers>. Acesso em: 22 maio 2019.

EBIT | NIELSEN. Webshoppers. **WEBSHOPPERS 39º Edição**, [S. l.], 2019. Disponível em: <https://www.ebit.com.br/webshoppers>. Acesso em: 22 maio 2019.

FELIPINI, Dailton. **ECOMMERCE: Artigos Selecionados**. [S. l.]: LeBooks, [21--]. *E-book*.

OLIVEIRA, Bruno. **O que é Ecommerce? Como funciona?**. Ecommerce na pratica, 18 set. 2018. Disponível em: <https://ecommercenapratica.com/o-que-e-ecommerce/>. Acesso em: 17 abr. 2019.

ON LINE EDITORA. **Almanaque do Estudante Extra: História**. São Paulo: On Line Editora, 2014.

RETAIL & ECOMMERCE. **Worldwide Retail Ecommerce Sales Will Reach \$1.915 Trillion This Year**. eMarketer, 22 jun. 2016. Disponível em: <https://www.emarketer.com/Article/Worldwide-Retail-Ecommerce-Sales-Will-Reach-1915-trillion-This-Year/1014369>. Acesso em: 17 abr. 2019.

SAFONT, Juan Carlos Silla. **Princípios do Marketing Digital e E-commerce: Marketing Digital e E-commerce**. [S. l.]: ChocoCheese Marketing e Ecommerce, 2014. *E-book*.

VIGNOLI, FRANCISCO HUMBERTO et al. **FORMAÇÃO ECONÔMICA DO BRASIL**. São Paulo: Saraiva, 2011.