ISSN 2357-9684

ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DA CADEIA DE SUPRIMENTOS EM UMA EMPRESA DE VAREJO COM FOCO NO E-COMMERCE

KELVIN FERNANDO FERREIRA LAMEIRINHA
(FATEC MOGI DAS CRUZES)
kelvin.fernando.56614@gmail.com
MARCOS VINICIUS MIYATAKE MOREIRA
(FATEC MOGI DAS CRUZES)
marcos.moreira6@fatec.sp.gov.br
DANIELE REGINA GARCIA KUMANAYA
(FATEC MOGI DAS CRUZES)
daniele.kumanaya@fatec.sp.gov.br
PAULO CESAR GIULIANI
(FATEC MOGI DAS CRUZES)
paulo.giuliani@fatec.sp.gov.br

RESUMO
O presente artigo apresenta um estudo de caso sobre a análise da cadeia de suprimentos de uma empresa varejista com foco no *E-Commerce*. Neste estudo, é explicado conceitos de logística empresarial, *E-Commerce* e da cadeia de suprimentos. Cada vez mais uma empresa de *E-Commerce* necessita ser eficiente e ágil para atender as diversas necessidades de suas organizações e, para a gestão adequada da cadeia de suprimentos, estas características de eficiência e agilidade, quando bem realizadas, podem se tornar uma solução satisfatória que torna todo o seu fluxo logístico mais rápido, seguro, revestido contra falhas e possibilitando a organização de ser mais competitiva. Foi possível concluir que esse é um tema que tem muito a ser explorado, pois cada vez mais se torna recorrente e atrativo este meio de comércio, com o avanço diário da tecnologia.

PALAVRAS-CHAVE: Operador Logístico. *E-Commerce.* Varejo

A B S T R A C T
This article presents a case study on the supply chain analysis of a retail company with a focus on E-Commerce. In this study, concepts of business logistics, E-Commerce and the supply chain are explained. More and more an E-Commerce company needs to be efficient and agile to meet the various needs of its organization and, for the proper management of the supply chain, these characteristics of efficiency and agility, when well performed, can become a satisfactory solution that makes all its logistics flow faster, safer, coated against failures and enabling the organization to be more competitive. It was possible to conclude that this is a theme that has much to be explored, as this means of commerce is becoming increasingly recurrent and attractive, with the daily advancement of technology.

KEYWORDS*: Logistic Operator. E-Commerce. Retail*

ISSN 2357-9684

1. INTRODUÇÃO

A comodidade de termos aplicativos de delivery de comida, de investimentos financeiros, de varejo, bancos digitais, redes sociais dentre outros, trouxe a empreendedores oportunidades que nunca foram imaginadas antes. Isto nos leva um cenário de que investir na área de *E-Commerce*, com novos serviços ainda não explorados, pode acarretar uma empresa, nos moldes de *startup*, bem rentável e com muitas oportunidades e, segundo Carvalho (2020), o Brasil se destaca no mercado por sua grande quantidade de *startups*. Um dos fatores que fazem com que os consumidores busquem o *E-Commerce* como solução final de compra de algum produto, é o seu valor mais atrativo, já que de acordo com Coraccini (2020), produtos vendidos pela internet são até 21% mais barato do que em lojas físicas.

Isto envolve a logística como solução para o processamento dessas mercadorias, uma vez que para atender as demandas, é necessário ter uma operação logística eficiente para tal. Segundo Costa (2010), as operações logísticas são divididas em três grandes setores: a administração de materiais, responsável pela entrada da matéria prima na fábrica; a movimentação de materiais no qual se refere ao transporte dos produtos para o cliente final e a sua distribuição física. Esses três processos são essenciais para satisfazer a cadeia de suprimentos de uma companhia.

Portanto, o presente artigo tem como objetivo analisar a cadeia de suprimentos em uma empresa de *E-Commerce* com foco no varejo.

Para atingir esse objetivo, o artigo utilizou da pesquisa bibliográfica descritiva, analisando a gestão da companhia em alguns dos seus processos logísticos como gestão de estoques e *supply chain*, por meio de estudos de acolhimento de dados e visitas técnicas na organização, assim sendo, o artigo em questão, será embasado pela pesquisa de caráter qualitativo. De acordo com Gerhardt e Silveira (2009) a pesquisa qualitativa preocupa-se apenas com o estudo que aborda um grupo social ou de uma organização.

2. EMBASAMENTO TEÓRICO

2.1 A Logística Empresarial

Autores como Ballou (2001) e Bulgacov (2006), definem que a logística é um processo que abrange o planejamento, controle dos recursos, armazenamento, distribuição e transporte. Ballou (2006) ainda destaca que o campo da logística empresarial é relativamente novo dentro do estudo da gestão integrada, considerando as áreas mais tradicionais das finanças, marketing e produção, isto porque atividades logísticas foram durantes muitos anos exercidas pelos indivíduos, e não por organizações. Já Martins (2002) explica que a logística empresarial é um processo de planejamento, controle eficiente e eficaz do produto, tudo isso desde a chegada da mercadoria até a chegada para o cliente final.

Acompanhar a inovação tecnológica também é outro fator decisivo que corrobora com uma boa gestão da logística visando o meio de negócios da sua aplicação, além disso, a necessidade da rapidez da organização de um fluxo logístico, e o compartilhamento constante de informações, seja com o seu fornecedor ou com seu cliente necessita ser sanado.

ISSN 2357-9684

Tudo isso pode ser atendido com o uso da tecnologia, como comentando anteriormente, seja por meio de sistemas tipo WMS (*Warehouse Management System*) dentre outros.

De acordo com Ballou (2006), um dos fatores mais relevantes ao desenvolvimento dos processos administrativos é aplicação de tecnologia da informação, visando um aumento significativo da eficiência. Tais sistemas tem abrangência de todas as ferramentas que a tecnologia dispõe para o controle e gerenciamento do fluxo de informações de uma empresa.

É possível entender que atualmente a logística empresarial tem por objetivo a minimização de custos e a maximização do nível de serviço prestado, e cabe ao operador logístico estudar e compreender qual o melhor fluxo e sistemas que serão estabelecidos em sua organização, do qual venham a atender de forma adequada e satisfatória suas necessidades ou de seus clientes. Uma das formas de atender as necessidades de seus clientes que vem crescendo cada vez mais, principalmente com o avanço da internet é pelo *E-Commerce.*

2.2 E-Commerce

De acordo com Mendonça (2016), o *E-Commerce* é o termo referente aos serviços onde os clientes podem fazer compras de produtos ou serviços através de meios eletrônicos. Essa sigla é a abreviatura de *eletronic commerce*, e teve um grande avanço e utilização com o crescimento da internet. Atualmente é possível fazer compras online desde itens simples como roupas, até de produtos mais caros e sofisticados como carros e viagens, tudo isso sem precisar ir para um estabelecimento físico, apenas utilizando um computador, celular ou tablet.

Lemos e Góes (2015) explica que existem três modelos principais de *E-Business* (negócios efetuados por meio eletrônico), são eles:

-B2B: É a negociação entre duas empresas, ela acontece por meio de rede privada;

-C2C: E a negociação que envolve apenas dois consumidores. Normalmente acontece através de vendas online de produtos usados. Plataformas como o Mercado Livre e a OLX são exemplos nesse ramo;

-B2C: É a mais usual de todas. Ela acontece quando se tem a venda de produtos do fabricante para o cliente final.

De acordo com Silva e Queiroz (2019), o consumidor que utiliza do *E-Commerce* para a realização de compras acaba ganhando vários benefícios como uma maior variedade de produtos e serviços, formas diferentes de pagamento, recebe mais descontos, além da principal vantagem que é fazer a compra sem sair de casa. É possível notar que o *E-Commerce* é uma grande ferramenta que ajuda no cotidiano das pessoas. Para as empresas a principal importância é conseguir um atingir um público maior, inclusive de outras regiões no qual normalmente a empresa não conseguiria atingir.

A fim de atingir esses resultados positivos com o *E-Commerce* para os clientes e ser uma opção vantajosa para as empresas, é necessária uma boa cadeia de suprimentos, onde todas as etapas se comunicam e trabalham de maneira conjunta para entregar o melhor resultado para ambas as partes.

ISSN 2357-9684

2.3 Cadeia de Suprimentos

De acordo com Leite et al (2015), a cadeia de suprimentos é um processo estratégico que lida com a previsão de demanda, com fornecedores, fluxos de materiais, clientes, centros de distribuições, ou seja, ele é todo o processo que envolve desde a fabricação dos produtos até a entrega final do produto para o cliente.

Ele funciona como um processo que liga todos os elos da cadeia logística. Bonatto et al (2019) explica que o bom gerenciamento de todo a atividade logística, principalmente nas áreas que envolvem os fornecedores de matéria-prima e insumos secundários é essencial para garantir a eficiência de todo o processo realizado na cadeia de suprimentos.

Na figura 1 é mostrado um exemplo de como funciona uma cadeia de suprimento, com a matéria-prima saindo do fornecedor, passando pela indústria, distribuição, varejo e chegando finalmente no consumidor final.

Figura 1- Exemplo de uma cadeia de suprimentos



Fonte: Neto (2016)

Para se ter uma cadeia de suprimentos funcional, hoje em dia se tornou essencial o uso da tecnologia para o uso e controle de todas as etapas em que um produto passa. Segundo Platt e Klaes (2010), os softwares mais utilizados na gestão de cadeia de suprimentos são:

ERP: *O Enterprise Resource Planning* (Sistema Integrado de Gestão Empresarial), é um sistema personalizado que integra todo os departamentos da empresa que permite um acesso fácil a todos os dados da organização. Com isso é possível de uma maneira bem simples fazer ajustes e com isso reduzir custos e aumentar a produtividade da empresa;

SCP: *Supply Chain Planning* (Planejamento de Cadeia de Suprimento), é um sistema que funciona para a previsão de demanda da empresa, com essa previsão se tem um auxílio para o planejamento e execução dos processos;

ISSN 2357-9684

CRM: O *Customer Relationship Management* (Gestão de Relacionamento), seria o elo com o cliente final responsáveis por informações sobre os clientes e o que pode ser feito para suprir as necessidades deles.

TMS: *Transportation Management Systems* (Sistema de Gerenciamento de Transporte), é um software para cálculo de transporte e roteirização, para se ter uma noção de quantitativo que irá se gastar para transportar determinada mercadoria e qual a melhor rota para se utilizar.

Para Bonatto et al (2019), a utilização de software para facilitar todo esse processo da cadeia de suprimento é algo essencial pois se ganha velocidade na entrega dos produtos e se tem uma diminuição de custos já que todo o sistema é interligado, e se tem uma grande coordenação entre todas os processos logísticos envolvidos desde a fabricação até a entrega do produto para o cliente final.

3. DESENVOLVIMENTO DA TEMÁTICA

Como explicado anteriormente na introdução, esse artigo será baseado na pesquisa qualitativa. Esse método foi escolhido por se encaixar melhor e ter os melhores resultados para conseguirmos atingir o objetivo do artigo. Denzin e Lincoln (2006), explica que a pesquisa qualitativa é uma abordagem de análise e interpretação de dados obtidos, sejam eles números, pesquisas e informações pertinentes ao assunto abordado. Os pesquisadores estudam os cenários de pesquisa e interpretam os dados de acordo com a realidade do mercado no qual o objeto de pesquisa se encontra. Para a facilitação e entendimento do estudo, a organização estudada terá o nome datado de “Empresa X”.

3.1 A Organização Analisada

A organização estudada para a construção deste estudo de caso é uma companhia com foco no comércio varejista pelo *E-Commerce*. A Empresa X comercializa produtos de diversos segmentos, como o alimentício, sempre buscando o menor preço em relação aos seus concorrentes. O *E-Commerce* é realizado por meio de um aplicativo para smartphone, que pode ser adquirido gratuitamente e instalado pelo usuário no seu aparelho.

Segundo Silveira (2020), a pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19), fez com que milhares de brasileiros comprassem mais pela internet, uma vez que as restrições como o isolamento social, com o objetivo de conter o avanço do novo vírus, tornou o E-Commerce um meio mais seguro de compras.

Esta alta demanda impactou diretamente nas operações da Empresa X, uma vez que sua infraestrutura própria não era capaz de processar tantos pedidos em um curto período, acarretando atrasos nas entregas. Por este motivo, a companhia realizou, no ano de 2021, a contratação de um grande prestador de serviços logísticos, do qual, tem a finalidade de administrar novas operações criadas pela Empresa X, todas com o foco em sanarem essa alta demanda, impactando em um *lead time* menor e elevando o seu nível de serviço. De acordo com Fleury, P.F., Wanke, P., Figueiredo, K (2000), são várias as denominações encontradas na leitura sobre “prestadores de serviços logísticos” e no Brasil, o termo operador logístico é o mais comum e mais usado para estes prestadores de serviços em geral.

ISSN 2357-9684

Na área da cadeia de suprimentos, o aplicativo também é administrado pela equipe de gestão de estoques da própria organização, sendo que todas as suas informações são atualizadas constantemente, como preços de mercadorias e a quantidade destes produtos disponíveis para compra. É neste time que a companhia consegue realizar o controle de estoques dela, sempre com o objetivo de impedir sua ruptura. De acordo com Karpinski et al (2009), a ruptura de estoque é quando o cliente não encontra um produto desejado, fazendo com que ele esteja indisponível para a venda ao ir buscá-lo. Quando isso ocorre, ele acaba optando por uma opção com um valor menor ou até mesmo deixa-o de comprar.

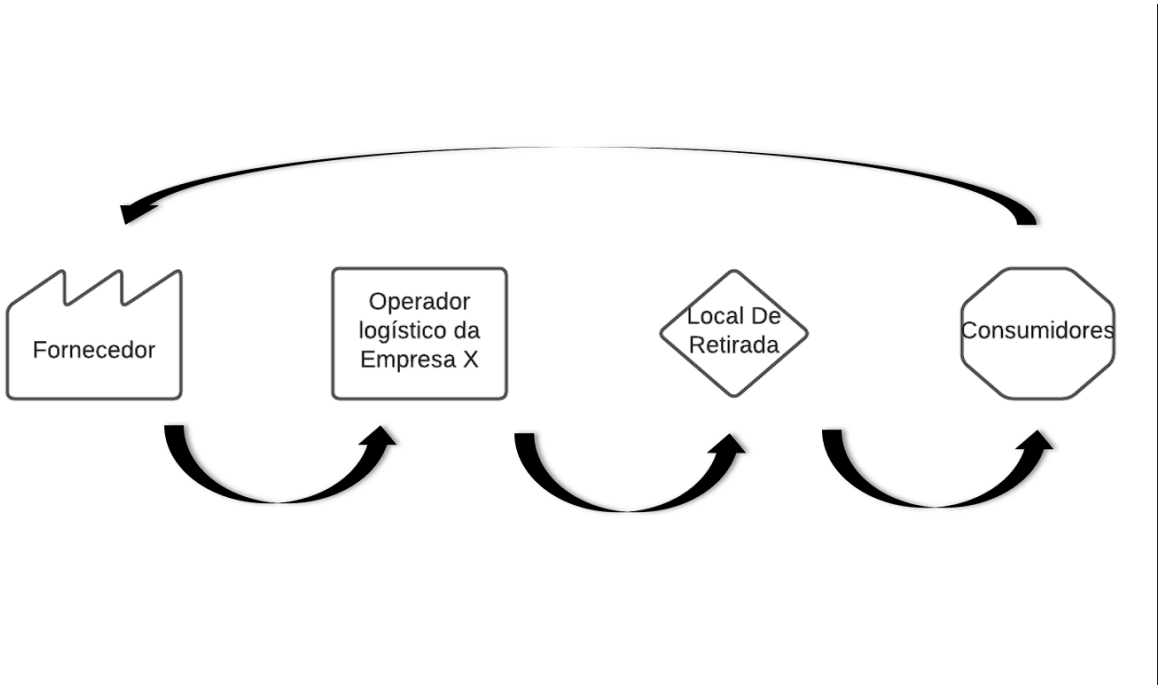
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Cadeia de Suprimentos da Empresa X

O operador logístico da Empresa X, como explicado anteriormente no tópico 3, é quem realmente faz a gestão de sua cadeia de suprimentos, do qual, possui diversos parâmetros estabelecidos para a qualidade e funcionalidade dessa parte do processo. Um desses parâmetros é a utilização do ERP *(Enterprise Resource Planning)* ou (Sistema Integrado de Gestão Empresarial) e, também, o TMS *Transportation Management Systems* (Sistema de Gerenciamento de Transporte), que são utilizados por meio de uma ferramenta do tipo planilha eletrônica, tudo integrado a um sistema de painel de controle ou *dashboard*, para o controle dos mais diversos tipos de informações.

Na figura 3 é demonstrado o passo a passo do fluxo de informações e suprimentos da Empresa X.

Figura 3- Fluxo de informações e suprimentos da Empresa X.



Fonte: Os próprios autores

ISSN 2357-9684

É possível observar que o fluxo de informações e a cadeia de suprimentos da Empresa X funciona da seguinte maneira: O fornecedor (que é estabelecido pela Empresa X) tem o objetivo de suprir os produtos que vão ser demandados naquele momento. Logo após, o operador logístico da Empresa X terá que receber estes produtos e realizar a distribuição física deles aos LDR ou (Locais de Retirada) da organização.

Essa distribuição física é realizada por meio de um TMS *Transportation Management Systems* ou (Sistema de Gerenciamento de Transporte), do qual, realiza todo o cálculo que possui a finalidade de manter os custos de transporte minimamente estabelecidos. Com isso é possível criar rotas para os LDR da companhia focando no menor tempo e custo. O LDR (Locais de Retirada) são pessoas parceiras do aplicativo que, por meio de um cadastro, podem receber as mercadorias e manter elas estocadas em suas residências até que os consumidores da Empresa X venham buscá-los.

Vale ressaltar que cada cliente, no ato da compra, obrigatoriamente precisa escolher um LDR mais próximo a sua residência, desta forma, ficando a critério dele retirar o produto ali em um período de no máximo 3 dias após a sua chegada. Tudo é concluído quando o consumidor final realiza a busca deste produto no LDR, assim, as informações de "conclusão do pedido" são enviadas até o fornecedor da Empresa X, do qual, fica ciente que este produto precisa ser suprido ao operador logístico da organização.

Como dito por Lemos e Góes (2015) existem três modelos principais de *E-Business* (negócios efetuados por meio eletrônico), e identificamos que o modelo B2C é o que a Empresa X está atrelado. Este fato está baseado pois de acordo com o fluxo de informações analisado por levantamentos de dados e visitas técnicas na companhia, suas mercadorias seguem um padrão onde os produtos são comprados do fornecedor pela companhia, enviados para o operador logístico dela, onde é devidamente processado, delegado aos locais de retirada e entregue para os clientes finais da Empresa X.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o avanço da internet e da tecnologia, o modelo de *E-Commerce* vem se tornando cada vez mais importante e presente no nosso dia a dia. Para suprir a crescente demanda vigente, é necessário uma cadeia de suprimento robusta e eficaz pois, ao utilizar esse modo de comércio, buscamos agilidade e praticidade em todos os processos. Estes dois parâmetros sempre precisarão estar interligados, principalmente, planejados para uma cadeia de suprimentos que seja satisfatória para o cliente final.

A logística tratada da maneira correta, visando o menor custo, a melhor armazenagem e a maior velocidade de entrega, permite que as companhias obtenham sempre o melhor resultado em suas operações, alcançando um nível de serviço maior e mais competitividade no setor que possuem foco.

As organizações além de terem o compromisso com os avanços da tecnologia, precisam construir uma cadeia de suprimentos que seja eficiente, aliado a uma plataforma expansiva que integre todos os setores de sua organização, a fim de que tenham acesso as mais diversas informações, constantemente analisando suas capacidades produtivas, de estoque e demanda futura.

ISSN 2357-9684

Concluímos que o objetivo inicial do artigo foi alcançado, uma vez que analisada a cadeia de suprimentos da empresa X, observamos que ela possui características bem especificas que, em outras companhias, não seria o ideal, a caráter de exemplo, dos LDRs dela que, para este modelo de negócio, se apresentou o ideal para a companhia alcançar os seus clientes finais. Foi possível observar que a sustentação da cadeia de suprimentos da empresa estudada, praticamente está baseada no sistema B2C, onde o fluxo de informações e de suas mercadorias seguem um padrão, onde os produtos são comprados do fornecedor para a empresa, enviados para o operador logístico dela, onde é devidamente processado, enviados aos seus locais de retirada e, por fim, entregue para seus clientes finais.

A sua cadeia de suprimentos está de acordo com a literatura, tendo um fluxo claro e bem estabelecido, sendo bem satisfatória para ela atender a demanda dos seus clientes e atingir a sua proposta de um preço menor em relação ao comércio varejista tradicional.

Podemos concluir, através dessa pesquisa, que ainda temos bastante o que explorar no *E-Commerce* e, seu objetivo, é cada vez mais atender uma demanda crescente, sempre com um nível de serviço alto, com um *lead time* baixo. Dessa forma buscando obter a satisfação de seus clientes, isto é, entregando o produto na hora certa, no local certo, na qualidade desejada, ao menor custo possível .

ISSN 2357-9684

REFERÊNCIAS

ADOLFINO NETO. A Gestão da Cadeia de Suprimentos (SCM) no Brasil. 2016. Disponível em: <https://adolfinoneto.com/2016/09/05/a-gestao-da-cadeia-de-suprimentos-scm-no-brasil/>. Acesso em: 5 set. 2021.

AGÊNCIA BRASIL. Consumidor mostra que agora se preocupa mais com preços. 2019. Disponível em: <https://exame.com/economia/consumidor-mostra-que-agora-se-preocupa-mais-com-precos/>. Acesso em: 8 jan. 2021.

BALLOU, R.H. Gerenciamento Da Cadeia De Suprimentos/Logística Empresarial. Tradução de Raul Rubenich. . 5 ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2006

BALLOU, R.H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial. 4ª ed. Porto Alegre: Bookmann, 2001.

BONATTO, K.J. et al. Logística e gestão da cadeia de suprimentos: uma revisão integrativa Sistêmica. IX CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO. Ponta Grossa, 2019. Disponível em: < http://aprepro.org.br/conbrepro/2019/anais/arquivos/09302019_230943_5d92b4ef4b6a4.pdf>. Acesso em: 05 set.2021

BULGACOV, Sergio. Manual de gestão empresarial. 2ed. São Paulo, Atlas,2006.

CARVALHO, M.P. Brasil é o quarto maior produtor de aplicativos do mundo e comportamento da população ajuda no mercado de startups. RFI, 2020.Disponível em: <https://www.rfi.fr/br/fran%C3%A7a/20200226-brasil-%C3%A9-o-quarto-maior-produtor-de-aplicativos-do-mundo-e-comportamento-da-popula%C3%A7%C3%A3> . Acesso em: 23 de fev.2020

CORACCINI, R. Produtos no e-commerce são até 21% mais baratos do que nas lojas físicas. CNN BRASIL. 26 nov. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/11/26/produtos-no-e-commerce-sao-ate-21-mais-baratos-do-que-nas-lojas-fisicas>. Acesso em: 8 jan. 2021.

COSTA, R. F. Tecnologia da Informação aplicada a Logística na Estratégia Empresarial. São Caetano do Sul, v.1, n.3, 2010. Disponível em: http://www.fatecsaocaetano.edu.br/fascitech/index.php/fascitech/article/view/32/31. Acesso em: 03 março. 2021.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006

Fleury, P.F., Wanke, P., Figueiredo, K. Logística Empresarial: a perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 2000.

ISSN 2357-9684

GERHARDT, T.E.; SILVEIRA,D.T. MÉTODOS DE PESQUISA 1° ed. Porto Alegre, UFRGS, 2009.

KARPINSKI, A; SANDRI, S.R; MENEGAT, C.R. RUPTURA DE ESTOQUE. Revista de Administração e Ciências Contábeis do Ideau, v. 4, n. 8, p. 1-19, jun/2009 2009. Disponível em: <https://www.bage.ideau.com.br/wp-content/files_mf/3e8a871d7dcfdb2a5cbbf4ad72349663121_1.pdf>. Acesso em: 31 out. 2021.

LEITE, Caio et al. A LOGÍSTICA E A GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS: Um estudo de caso de uma empresa da região do Sul de Minas Gerais. XII Simpósio de Excelência Em Gestão E Tecnologia, 28 a 30 de Outubro de 2015. 2015.

LEMOS, F; GÓES, L.F. Avaliação do comportamento de consumidores no processo de decisão de compra no M-Commerce e no E-Commerce. Brazilian Symposium on Information System,, Goiânia, v. xi, ano 1, p. 127-134, 29 mai 2015. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/sbsi/article/view/5809/5707>. Acesso em: 13 set. 2021.

MARTINS, R. S. Operador logístico. Instituto para o Desenvolvimento da Qualidade nos Transportes. Confederação Nacional dos Transportes. Brasília: IDAQ/CNT, 2002.

MARTUCCI, M. A pandemia fez o e-commerce decolar. Ainda há fôlego para mais?. Exame. 22 jan. 2021. Disponível em: <https://exame.com/negocios/a-pandemia-fez-o-e-commerce-decolar-ainda-ha-folego-para-mais/>. Acesso em: 8 ago. 2021.

MENDONÇA, H.G. E-Commerce. IPTEC – Revista Inovação, Projetos e Tecnologias, v. 4, ano 1, n. 2, p. 240-251, jul/dez 2016. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/iptec/article/view/9361/4128>. Acesso em: 13 set. 2021.

MOURA, B. Logística: conceitos e tendências. 1.ed. Lisboa-PT: Inova, 2006. Disponível em:https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=uIReFI6gzugC&oi=fnd&pg=PA11&dq=Moura+2006+John+Crowell&ots=UqvK_xPjK9&sig=sKkVK810VnDbVBApc6zqi75aPa4#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 03. março. 2021.

NOGUEIRA S. C. Planejamento Estratégico. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014

PIZZANI, L., Silva, R. C. da, Bello, S. F., & Hayashi, M. C. P. I. (2012). A arte da pesquisa bibliográfica na busca do conhecimento. RDBCI: Revista Digital De Biblioteconomia E Ciência Da Informação, 10(2), 53-66.

PLATT, A. A.; KLAES, L. S. Utilizando o Sistema Integrado de Gestão (ERP) no apoio ao ensino de logística e gestão da cadeia de suprimentos. Revista de Ciências da Administração, Florianópolis, p. 224-241, 2010.

ISSN 2357-9684

SILVA, F.A; QUEIROZ, H.E.M. A Importância do E-Commerce para o Processo de Compras dos Clientes da Cidade de Juazeiro do Norte. Revista Multidisciplinar e de Psicologia, Juazeiro do Norte, v. 13, ano 1, n. 43, p. 943-966, jan 2019. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br>. Acesso em: 17 out. 2021.

SILVEIRA, D. Pandemia faz triplicar número de brasileiros que compram produtos domésticos pela internet, diz Serasa. G1. 20 out. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/10/20/pandemia-faz-mais-brasileiros-comprarem-produtos-domesticos-pela-internet-aponta-serasa.ghtml>. Acesso em: 31 set. 2021.

VENDRAME, F. C. Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais, Apostila da Disciplina de Administração, Faculdades Salesianas de Lins, 2008