

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC PHILADELPHO GOUVÊA NETTO

Técnico em Contabilidade

Cristiane Fernanda Esteves Carvalho

Daniela Carolina Venancio

Kimberly De Kássia Laço

Mariana Zorzati Do Amaral

Silvana Cristina Ipolito Dos Santos

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO DE NEGÓCIO NA ABERTURA DO E-COMMERCE

**São José do Rio Preto/SP
2022**

Centro Paula Souza
Etec Philadelpho Gouvêa Netto
Técnico em Contabilidade

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO DE NEGÓCIO NA ABERTURA DO E-COMMERCE

Cristiane Fernanda Esteves Carvalho¹ e-mail: cristiane.carvalho19@etec.sp.gov.br

Daniela Carolina Venancio² e-mail: daniela.venancio@etec.sp.gov.br

Kimberly de Kássia Laço³ e-mail: kimberly.laco@etec.sp.gov.br

Mariana Zorzati do Amaral⁴ e-mail: mariana.amaral2@etec.sp.gov.br

Silvana Cristina Ipolito dos Santos⁵ e-mail: silvana.santos136@etec.sp.gov.br

Orientadores: Valmir Farias dos Santos e-mail: valmir.santos16@etec.sp.gov.br

Gabrieli Cascarano Garcia Caires e-mail: gabrieli.aires@etec.sp.gov.br

Aleister Bueno e-mail: aleister.bueno@etec.sp.gov.br

Resumo: Esse artigo busca compreender as principais questões relacionadas ao comércio intermediado pela internet, denominado comércio eletrônico ou, como é mais conhecido, *e-commerce*. O trabalho analisa assuntos que atualmente mais influenciam esse tipo de comércio, tais como: marketing, logística, segurança em pagamentos digitais e questões legais. Do estudo pode-se assegurar que os problemas enfrentados no negócio online como: vazamento de dados, entregas demoradas ou ausência de legislação específica para os termos do comércio digital, não colocam em risco a evolução dessa tecnologia. Em compensação, é notória a quantidade de fraudes recorrentes quando se trata do assunto compras na internet, visto que apesar de toda a evolução dentro deste tipo de mercado, ainda não é possível minimizar drasticamente a possibilidade de furtos utilizando dados alheios. Sendo assim, este trabalho visa não só os benefícios do *e-commerce* como também os desafios encarados por quem o escolhe como meio de lucros.

Palavras-chave: *E-commerce*. Internet. Fraudes. Legislação

Aluna do curso Técnico em Contabilidade, na Etec Philadelpho Gouvêa Netto - cristiane.carvalho19@etec.sp.gov.br

² Aluna do curso Técnico em Contabilidade, na Etec Philadelpho Gouvêa Netto - daniela.venancio@etec.sp.gov.br

³ Aluna do curso Técnico em Contabilidade, na Etec Philadelpho Gouvêa Netto - kimberly.laco@etec.sp.gov.br

⁴ Aluna do curso Técnico em Contabilidade, na Etec Philadelpho Gouvêa Netto - mariana.amaral2@etec.sp.gov.br

⁵ Aluna do curso Técnico em Contabilidade, na Etec Philadelpho Gouvêa Netto - silvana.santos136@etec.sp.gov.br

THE IMPORTANCE OF BUSINESS PLANNING IN OPENING AN E-COMMERCE

Abstract: This article seeks to understand the main issues related to commerce intermediated by the Internet, called electronic commerce or, as it is better known, e-commerce. The work deals with issues that currently most influence this type of commerce, such as: marketing, logistics, security in digital payments and legal issues. From the study, it can be ensured that the problems faced in online business, such as: data leakage, delayed deliveries or the absence of specific legislation for the terms of digital commerce, do not put the evolution of this technology at risk. On the other hand, the amount of recurrent frauds when it comes to shopping on the internet is notorious, since despite all the evolution within this type of market, it is still not possible to drastically minimize the possibility of thefts using other people's data. Therefore, this work aims not only at the benefits of e-commerce but also at the challenges faced by those who choose it as a means of making profits.

Keywords: *E-commerce*. Internet. Fraud. Legislation.

1 INTRODUÇÃO

Observando o cenário atual, nota-se o quanto o e-commerce se espalha e quantas empresas optaram por esse tipo de comércio. Para melhor compreensão, o e-commerce é o processo de compra e venda de produtos realizado através da *internet*. Dessa forma, é possível encontrar lojas virtuais de diferentes segmentos com transações feitas *online*.

O início do comércio virtual deu-se nos Estados Unidos, em meados de 1960, porém, com objetivo variado. No início, seu foco principal era a troca de arquivos de solicitações de pedidos, ou seja, apenas mostrar ao dono da empresa que o cliente tinha interesse em solicitar determinado produto para compra.

De acordo com a ACP- Associação Comercial do Paraná (2019):

A primeira loja virtual no mundo surgiu em 1995, conhecida como Amazon, que a princípio vendia livros e, conforme a passagem do tempo, essa gigante do comércio eletrônico concretizou um valor de mercado de R\$ 797 bilhões. (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO PARANÁ, 2019)

Ainda com base nas pesquisas da Associação Comercial do Paraná (2019), durante o pico dos anos 2000, o E-commerce chega ao Brasil por conta do sucesso do comércio eletrônico dos EUA que influencia o comércio brasileiro, e, empresas como as Lojas Americanas, o Submarino e o grupo Pão-de-Açúcar, tornam-se os primeiros varejistas a venderem online.

Conforme exposto por Guimarães (2019), uma pesquisa feita por BigData Corp em conjunto com o *PayPal* Brasil, entre o período de 2018 e 2019 o e-commerce brasileiro teve aumento de 37,59%. Nesta vertente “as categorias de bens mais comercializados [no Brasil] são: moda e acessórios, 19%; cosméticos e perfumaria, 19%; eletrodomésticos, 10%; livros e revistas, 9%; e informática, 7%. ” (TEIXEIRA, 2015).

O artigo em questão visa a importância de um plano de negócio dentro do e-commerce, como é de suma importância ter um planejamento em vários quesitos antes de dar andamento ao seu comércio virtual. Como dito por Reis, sócio e co-fundador da LojaVirtual.com.br:

Conquistados pelas facilidades do mercado digital comparado à burocratização da abertura de uma loja física, as pessoas interessadas em ter um negócio próprio acabam priorizando a definição da plataforma, inserção de produtos e outros passos práticos. Na verdade, elas querem se posicionar no varejo eletrônico com boas motivações. No entanto, ao pular o plano de negócio, é como se as principais bases do negócio estivessem sendo ignoradas. (REIS, 2022).

Mediante as necessidades econômicas vigentes na atualidade do país, é imprescindível que haja o plano de negócios para garantir que o sistema de vendas na internet não tenha quebra sigilosa de acordo com a Lei Geral da Proteção de Dados Lei nº13.709/2018, Art. 7º, Incisos I, II e V e que não haja falência devido à inconsistência no projeto de preços e propagandas que fazem referência aos produtos publicados e circulantes no site de e-commerce.

O presente artigo tem como objetivo demonstrar qual a importância do e-commerce para as organizações e as pessoas. De acordo MÜLLER:

A internet é um fenômeno no qual muitas pessoas estão conectadas e, com isso, muitas empresas resolveram participar dessa comunidade. Com a compra e venda realizada pela internet, muitos consumidores passaram a se conectar mais, a pesquisar produtos que são disponibilizados nas lojas virtuais e assim, chegam com o melhor preço e uma variedade maior de produtos no conforto de sua casa. (MÜLLER, 2013, p.13).

As lojas virtuais vieram para fazer a mudança na compra e venda através da internet, por isso, muitas empresas optaram pelo e-commerce, no qual produtos e serviços estão disponíveis 24 horas por dia.

Com base nos estudos de SOUSA (2022), de acordo com as inovações que surgiram logo após a segunda revolução industrial, “o desenvolvimento tecnológico propiciou a produção em massa e uma nova forma de organização do trabalho”, e com isso, o preço das

mercadorias tornou-se mais acessível e essas, cada vez menos escassas, de forma que sua produção se tornou ágil, facilitada e barata. Devido a isso, as vendas nas plataformas on-line foram aprimoradas, uma vez que o acesso aos produtos que são vendidos nos sites na internet é fácil: os vendedores contatam os fornecedores e pagam por esses produtos – conforme a venda é realizada no sistema virtual. Influenciado pelo sistema digital, o e-commerce viabiliza o acesso para todas as plataformas sociais.

O ambiente digital permite que se faça pesquisas vastas e comparativos de preços com facilidade, algo muito valorizado atualmente. Além disso, ele garante que mesmo quem mora longe da loja física possa consumir os seus produtos, recebendo-os em casa — um diferencial que ajuda a aumentar a sua carteira de clientes, devido a flexibilidade e mobilidade que a internet oferece. (TRAY CORP, 2020).

2 DESENVOLVIMENTO

Implementação do E-Commerce – Plano de Negócio

O plano de negócio é o instrumento ideal para traçar um retrato do produto do empreendedor, é por meio dele que se obtém informações detalhadas do serviço prestado, clientes, fornecedores e até concorrentes, podendo assim analisar principalmente os pontos fortes e fracos do próprio negócio, contribuindo para uma melhor gestão da empresa e, automaticamente, um melhor desempenho.

Conforme destacado por REIS (2022), as dicas abaixo são essenciais no plano de negócio para um e-commerce realmente funcional:

- Criar um cronograma, no qual devem estar incluídas datas importantes do comércio virtual (*Black Friday*, Natal, etc.) e estabelecer as metas a serem atingidas mensal, trimestralmente e assim por diante;
- Fazer um planejamento financeiro que inclua o fluxo de caixa, investimentos a serem feitos, custos operacionais e demais despesas fixas do negócio;
- Montar um banco de dados com informações estratégicas de clientes e potenciais clientes;
- Desenvolver um programa de controle de qualidade da produção dos produtos (no caso de a sua empresa ser responsável por essa parte);
- Planejar o marketing digital, incluindo aqui ferramentas pagas, gratuitas e a contratação de parceiros para cuidar das campanhas;
- Mapear os principais eventos do setor e escolher quais serão úteis, para a empresa marcar presença;
- Elaborar um plano de metas anual.

No comércio eletrônico, encontra-se diversas necessidades do apoio do marketing, como: atrair tráfego para sua página e gerar vendas; buscar permanentemente aumentar a

taxa de conversão e o valor do ticket médio; engajar o cliente e promover o seu retorno aspecto fundamental por conta do alto preço para adquirir tráfego.

É preciso cuidar da marca, conhecer bem seus clientes, elaborar campanhas e acompanhar o calendário de datas do varejo. Abaixo foram listados alguns pontos que, de acordo com TUCUNDUVA (2022), precisam estar presentes em um planejamento de marketing para quem planeja abrir um e-commerce:

- Criar uma persona;
- Mapear os concorrentes;
- Trabalhar o SEO no seu site - *Search Engine Optimization* - (otimização de mecanismos de busca), que é uma estratégia que tem as melhores taxas de conversão, pois o seu site irá aparecer para um público que está buscando o seu produto na internet, assim, gerará muitos acessos de forma gratuita;
- Redes Sociais.

Com os requisitos acima citados, fica mais fácil alavancar as vendas através de plataformas digitais.

Leis e Tributos

Com base nos estudos correlacionados ao comércio eletrônico de produtos e serviços junto a sua importância perante ao mercado consumidor.

As lojas virtuais têm ganhado cada vez mais espaço e compradores [..]. Esse movimento está acelerado por conta da mudança de comportamento, já que as pessoas preferem receber seus produtos sem precisar enfrentar trânsito, estacionamentos lotados e a intervenção de vendedores, tudo o que é eliminado na compra online. Por conta disso, os empreendedores têm apostado nesse formato de comércio, que reduz ainda diversos pontos de custo que uma loja física teria, mas acrescenta outros tipos de preocupações que envolvem legislações específicas para o ambiente online. (VIANNA, 2019).

Com isso o governo criou algumas leis para que o consumidor tivesse amparo e proteção, assim como também criou os tributos para que o empreendedor não estivesse na informalidade e que recolhesse os devidos impostos.

Dentre estas leis destacam-se: a Lei do E-commerce e a Lei de Proteção de Dados, pois permite que o consumidor tenha direito assim como seus dados tenha proteção. Conforme artigo 5º da Lei Nº 7.962, de 15 de março de 2013, “§ 1º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados. ”

Segundo artigo 49 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, é vinculado a regulamentação do arrependimento, onde “O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço”.

Após a explosão de compras virtuais, o consumidor teve sua vida totalmente exposta e vulnerável, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) Nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 trouxe uma maior segurança para as pessoas físicas e jurídicas no uso dos dados pessoais gerando maior segurança das informações.

Conforme o artigo 1º da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018:

Art 1º Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural. (BRASIL, 2018).

Ao planejar um comércio virtual, o empreendedor necessita ter em mente que haverá tributos à serem recolhidos na qual segue os principais a serem pagos no ramo de e-commerce:

- ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços;
- CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido;
- PIS – Programa de Integração Social;
- COFINS – Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social;
- ISS – Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza;
- IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados;
- IRPJ – Imposto sobre a Renda das Pessoas Jurídicas.

A respeito do Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS, no e-commerce tem causado guerras fiscais entre os Estados, diminuem a alíquota do ICMS para atrair mais empresas, o Senado para resolver esta situação, aprovou a PEC Nº 197/2012, onde fica regulamentado através do artigo 99 da Emenda Constitucional Nº 87, de 16 de abril de 2015.

Altera o § 2º do art. 155 da Constituição Federal e inclui o art. 99 no Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, para tratar da sistemática de cobrança do imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação incidente sobre as operações e prestações que destinem bens e serviços a consumidor final, contribuinte ou não do imposto, localizado em outro Estado. (BRASIL, 2015).

O tributo do “ICMS da venda não presencial (e-commerce e tele vendas) tem gerado uma enorme guerra fiscal. Alguns Estados para atrair empresas determinaram benefícios fiscais reduzindo a alíquota do ICMS”. (BRITO, 2015, p. 01).

De competência dos Estados e do Distrito Federal, o Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) foi instituído Constituição Federal da República Federativa do Brasil de 1988 e, em princípio, destina-se aos cofres da unidade da federação de origem.

Acontece que, por consequência do avanço tecnológico, o comércio eletrônico e outras formas de venda a distância ganharam grandes proporções no país, eliminando fronteiras comerciais [...]. Esse avanço trouxe reflexos no universo tributário, especialmente no que diz respeito ao ICMS [...]. Em 2019, 100% do DIFAL será destinado ao estado destinatário. (ANGARITA, 2018).

No que se refere ao Programa de integração social – PIS e Contribuição para financiamento da seguridade social – COFINS, pode se dizer que no e-commerce segundo TÁVORA (2017), também é tributado o PIS e COFINS incidentes sobre o faturamento total, o IRPJ e a CSLL, os quais incidem sobre os resultados operacionais da loja online. O PIS e

COFINS são tributos que costumam andar acompanhados, mas é preciso destacar que se trata de dois tributos diferentes.

O PIS é um tipo de tributo regulamentado mediante artigo 1º da Lei Complementar nº 7, de 7 de setembro de 1970 “Art.1º – É instituído, na forma prevista nesta Lei, o Programa de Integração Social, destinado a promover a integração do empregado na vida e no desenvolvimento das empresas”. (BRASIL, 1970).

No âmbito do COFINS a regulamentação é prevista conforme artigo 1º da Lei Complementar Nº 70, de 30 de dezembro de 1991:

Art.1º Sem prejuízo da cobrança das contribuições para o Programa de Integração Social (PIS) e para o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (Pasep), fica instituída contribuição social para financiamento da Seguridade Social, nos termos do inciso I do art. 195 da Constituição Federal, devida pelas pessoas jurídicas inclusive as a elas equiparadas pela legislação do imposto de renda, destinadas exclusivamente às despesas com atividades-fins das áreas de saúde, previdência e assistência social. (BRASIL, 1991).

Os referidos impostos federais possuem alíquotas distintas e definições tributárias específicas conforme disposto em lei.

Apesar de possuírem a mesma base de cálculo, a destinação do valor recolhido com esses tributos é diferente. Enquanto o PIS é destinado a promover a integração social do empregado, o COFINS é uma contribuição para o financiamento da Seguridade Social – incluindo a Previdência Social, a Assistência Social e a Saúde Pública. (SOUZA, 2018).

Quanto ao imposto sobre produtos industrializados – IPI, pode-se verificar que no e-commerce este imposto é semelhante ao de uma loja física. O Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), incide nos produtos industrializados, nacionais e estrangeiros.

O IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) está previsto no art. 153, IV, da Constituição Federal, [...] e suas disposições descritas no Decreto nº 7.212, de 15 de junho de 2010, que regulamenta a cobrança, fiscalização, arrecadação e administração do Imposto sobre Produtos Industrializados. (CEFIS, 2019).

Plataformas

As plataformas digitais são modelos de negócios que operam por meio da tecnologia, conectando usuários e empresas dos mais variados setores, como: educação, empreendedorismo, alimentação, transporte, turismo, bancário, entre outros.

O objetivo das plataformas digitais é gerar valor entre as empresas e os indivíduos, assim, elas acabam sendo facilitadoras online para o acesso a serviços e conhecimentos que já aconteciam fora do ambiente digital.

O funcionamento das plataformas digitais é um dos assuntos que mais têm chamado a atenção de empreendedores nos últimos anos [...]. Afinal de contas, esse modelo está cada vez mais popular entre os consumidores de todo o mundo [...]. Na prática, as

plataformas digitais representam um ambiente em que é totalmente possível conectar quem produz e quem consome os mais variados tipos de serviços e produtos. Ou seja, possibilitam uma troca que pode ir muito além do ato de comprar e vender. (MEDEIROS; FREITAS, 2022).

Existem no mercado diversas empresas que trabalham com o desenvolvimento de plataformas para e-commerce. A escolha da plataforma e dos canais de venda online do seu negócio deve ser feita de maneira criteriosa. Há vários benefícios para as empresas, redução de custos, maior alcance de clientes, melhora do diálogo entre clientes e empresa, automatiza processos.

O e-commerce brasileiro apresentou um crescimento de 4,3% no número de pedidos no 2º tri de 2022. Este valor é comparado ao mesmo período do ano passado, e revela um total de 89,6 milhões de vendas online. Aliás, entre os meses de abril e junho, o comércio eletrônico teve faturamento de R\$ 38,4 bilhões — portanto, uma queda de 3,2% em relação ao segundo trimestre de 2021. plataformas digitais representam um ambiente em que é totalmente possível conectar quem produz e quem consome os mais variados tipos de serviços e produtos. Ou seja, possibilitam uma troca que pode ir muito além do ato de comprar e vender. (TRIBUNA DO NORTE, 2022).

O consumidor atual não é mais como antigamente, hoje ele está muito mais exigente, e agradá-lo não é tarefa fácil. E uma das vantagens das plataformas digitais é a rapidez com que essas ideias podem ser colocadas em prática, com tecnologias que permitem lançar sorteios, brindes e descontos para os seus clientes mais valiosos.

Sistema de Operação

Sistema de operações é uma forma de auxiliar e executar atividades operacionais de uma empresa. Tais atividades incluem banco de dados, planejamento e controle de estoque, de recursos humanos, de vendas, de custos de produção, etc.

Administrar um negócio sempre foi um desafio, mas, nos últimos anos, a exigência dos consumidores tem aumentando cada vez mais - e a concorrência já percebeu isso. Portanto, cuidar do sistema de operações da empresa é essencial para o sucesso dos negócios. Isso porque é o gestor operacional de uma organização que cuida da estruturação de um projeto até o relacionamento com o cliente. Isso significa que, se tiver algo errado com as operações de uma empresa, é bem provável que todo o setor empresarial sofra as consequências. Por isso, toda gestão de sistema de operações precisa buscar maneiras de otimizar seu trabalho, utilizando tendências como CRM e automação de marketing. (CÓPPOLA, 2021).

O *BackOffice*, ou *Enterprise Resource Planning (ERP)* – Planejamento de Recursos Empresarias, é o sistema que vai ajudar o e-commerce a realizar as operações do dia a dia, do faturamento à contabilidade, emissão de notas fiscais e recolhimento de tributos, são esses os sistemas que garantem a existência do e-commerce. A administração desse negócio é uma operação complexa, que exige inteligência, coleta de dados e análise de relatórios — e as bases para o sucesso são criadas quando as lojas já têm um processo bem desenhado, passível de mudança e aberto à opinião dos colaboradores.

A automatização traz grande ganho para um e-commerce, como no caso dos *chatbots* e demais recursos tecnológicos, usados com o intuito de otimizar as operações e diminuir o tempo da realização de cada atividade, tudo isso com uma redução de custos considerável em muitos casos. Fique atento: ao escolher a sua plataforma de e-commerce, verifique se ela permite a integração com os ERPs, porque isso vai facilitar a gestão da operação. (CHACHAP, 2020).

Quanto ao pagamento, o uso de camadas de segurança e não arquivamento de informações financeiras dos clientes são alguns dos detalhes nesse quesito.

De acordo com GUIMARÃES (2022), o mercado tem diversas boas soluções, que, em geral, se integram sem problema às melhores plataformas de e-commerce. Há uma questão administrativa também, pois cada forma de pagamento como: boleto, cartão de crédito e débito, depósitos, entre outras modalidades tem um impacto no fluxo de caixa, devido aos diferentes prazos e taxas de serviço. A recomendação é oferecer o máximo que puder.

Controle de Fraude

Imerso nos processos evolutivos do comércio eletrônico, é de grande valia destacar as circunstâncias que também ocorreram neste meio digital de tal forma que no tradicional comércio físico, porém, como ênfases vinculadas a comportar o meio em que são operacionalizadas.

A palavra fraude tem origem do latim *fruas, fraudis* (engano, má-fé, logro), a fraude é normalmente compreendida como o engano malicioso, o procedimento astucioso, intentado de má-fé, destinando a encobrir a verdade ou contornar um dever. A fraude tem como alicerce atos que causam prejuízos, de forma que sua prática tem a finalidade o não cumprimento de deveres legais. (SANTANA, 2008).

Paulsen (2011 apud SIQUEIRA, 2016) a má-fé, diversamente do que alega a defesa, é elemento essencial para a configuração da fraude, sendo oportunas as palavras de José Paulo Baltazar Junior, e segundo o qual gerir fraudulentamente “é administrar com má-fé, de forma dirigida ao engano de terceiros, sejam eles sócios, empregados, investidores, clientes ou a fiscalização.

Vinculado ao meio digital, “o fraudador no e-Commerce é um criminoso como outro qualquer, mas o fato de não conseguirmos vê-lo, torna o trabalho ainda mais investigativo. Hoje cada vez mais as máquinas estão fazendo trabalho das pessoas”. (CAMARGO, 2017).

A pesquisa inédita Perfil do Fraudador no Brasil, realizada pela KPMG no Brasil, vem sendo feita em outros países há alguns anos, com empresas e entidades atuantes em diversos segmentos [...]. A análise mostra que o fraudador geralmente é homem (80%), com 26 a 45 anos de idade (73%) trabalha na empresa vítima por um período de um a quatro anos (45%); um percentual de 34% estava na organização há mais de seis anos. (KPMG, 2022).

Não existem dúvidas de que as fraudes no e-commerce são umas das maiores preocupações de quem vende online. Com o crescimento das vendas online, a fraude de estorno ou fraude amiga, pode ocorrer de duas maneiras:

No primeiro caso, o comprador realiza uma compra online e instantes depois solicita o estorno, alegando que seu cartão de crédito foi roubado ou clonado [...]. Já o segundo caso acontece quando um familiar ou amigo próximo efetua uma compra com os dados financeiros de outras pessoas. Logo, a vítima é notificada sobre a compra e solicita o estorno sem saber que uma pessoa próxima que cometeu tal golpe. (PARREIRA, 2021).

O maior dano continua sendo o prejuízo financeiro. Como quase sempre as compras são canceladas, a loja não recebe o pagamento da negociação e não consegue reaver a mercadoria despachada.

Fraude efetiva, esse é o tipo de fraude mais recorrente. Caracteriza-se quando alguém clona um cartão ou rouba os dados de alguém para realizar uma negociação e receber o produto no lugar da pessoa que teve seus dados furtados. Como no momento da compra, o usuário mal-intencionado tem todos os dados necessários, o processo acontece sem qualquer problema (MARTINS, 2017).

Segundo FECOMERCIO SP (2021), essas instabilidades vinculadas aos e-commerce podem afetar a confiabilidade e inibir a entrada de novos compradores, prejudicando a expansão e captação de futuros clientes. Em função disso, a empresa deve investir em tecnologia e ferramentas que tragam maior segurança às transações.

Promover uma boa gestão é a melhor forma de evitar fraudes em compras dentro de uma empresa.

Grave o IP do computador do cliente, assim como a data e hora da transação. Existem ferramentas de GEOIP, como a MaxMind, que fornecem a localização aproximadamente de certo IP. Compare o endereço de entrega com o endereço do IP. Além disso, é importante gravar o IP porque você pode usá-lo para reaver a mercadoria, se for o caso. (SEBRAE, 2022).

Em um comércio eletrônico, a solução antifraude vai agir cruzando informações de inúmeras fontes, analisando uma série de fatores.

Para que um sistema antifraude no e-commerce realize suas análises da forma mais assertiva possível, uma série de funcionalidades tecnológicas são colocadas em prática, como geolocalização, Big Data, machine learning, confirmação de dados, código de segurança, entre outras. (PARREIRA, 2022).

Operação e Logística

Compreende-se “por logística se entende um conjunto de métodos e meios destinados a fazer o que for preciso para entregar os produtos certos, no local adequado, no tempo combinado” (MAIS POLÍMEROS, 2019). Como lembra Santana (2021), a logística provê todos os meios e informações para que haja uma boa execução. Desta forma, uma operação logística é fundamental para otimizar os processos, assegurando a realização dos serviços com qualidade e diminuição dos custos.

Logística é a parte do Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento que planeja, implementa e controla o fluxo e armazenamento eficiente e econômico de matérias-

primas, materiais semiacabados e produtos acabados, bem como as informações a eles relativas, desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o propósito de atender às exigências dos clientes (CARVALHO, 2002, p. 31).

O processo logístico se faz muito importante na execução da atividade operacional do e-commerce, já que a escala entre a empresa e o cliente final depende dos trâmites logísticos para ocorrerem.

A logística para e-commerce é essencial quando falamos sobre a experiência de compra em uma loja virtual. Se caros e demorados, os processos de separação, embalagem e envio dos produtos podem espantar o público. Nesse cenário, muitas pessoas abandonariam o carrinho de compras, não voltariam a comprar em sua loja online ou, até mesmo, cancelariam uma compra que já haviam feito. Dessa forma, a logística no e-commerce é um fator que tem influência direta sobre a taxa de conversão das lojas virtuais e experiência de compra do cliente (ADDE, 2022).

Antes mesmo de qualquer coisa, a sua plataforma de e-commerce precisa ter um bom sistema de integração com empresas que realizam serviço de entrega.

É essencial ter uma assimilação direta com os Correios, além de ter compatibilidade com os outros serviços oferecidos pela empresa. Além de permitir a integração com outras ferramentas externas de gestão de logística de e-commerce. A plataforma de e-commerce onde sua loja virtual é hospedada ainda deve ter um sistema logístico próprio para lidar com transportadoras e a possibilidade de customizar o frete, permitindo pelo menos a configuração de dois fretes com a viabilidade de montar uma tabela de CEPs, pesos e valores. (ISET, 2020).

Vincular a importância do processo logístico na efetivação do e-commerce é fundamental e, pois, sua efetividade é fator relevante para consolidação da empresa junto a um segmento competitivo.

A organização do processo logístico de uma loja virtual deve envolver o recebimento de mercadorias quando você compra do fornecedor, o controle de estoque, a separação e o embalagem das compras dos consumidores, o envio do pacote, e o acompanhamento da entrega até que ela chegue ao consumidor. (ADDE, 2022)

Portanto, é necessário ponderar como o fato logístico precisa ser estrategicamente planejado com o intuito de otimizar recursos, controlar estoques e projetar metas futuras.

Uma boa estrutura logística de uma empresa garante uma organização eficaz do fluxo de entrega dos produtos ou serviços acabados até os clientes finais. Para que todo o processo ocorra bem, não envolve somente o produtor, mas também fornecedores e a gestão de estoque. (CARGOX, 2017).

Fator essencial “o estoque é importante em várias etapas, justamente porque a empresa não faz só o estoque de produto final, ela faz também estoque de matérias-primas, que é um estoque que antecede a produção.” (MUNDO LOGÍSTICA, 2022).

Para diminuir o percentual de erro é necessária uma análise de todo o processo de expedição até o cliente, desenvolvendo métodos de controle para que possa proporcionar melhoria nos custos, no serviço ao cliente, e, também, conseqüentemente, minimiza perdas de produtos e quaisquer outros prejuízos. (MUNDO LOGÍSTICA, 2022)

Neste cenário “feito o pedido dos clientes, é necessário que haja a eficiência na separação desses pedidos, assim a incidência de erros costuma ser menor. Por isso, tenha clareza na definição do destino dos lotes, fazendo o devido registro de dados gerados na operação.” (ONBLOX, 2022).

Conforme ONBLOX (2020), é fundamental nesse processo de separação e expedição de pedidos contar com profissionais treinados e que saibam trabalhar com informações para extrair o máximo delas para a empresa.

Além da organização com a separação de pedidos, é feito a certificação de ter várias opções de entrega disponíveis para os clientes escolherem. Isso será mais um incentivo para efetuar a compra com a empresa, além de ser um diferencial competitivo perante os concorrentes. Quanto mais opções fornecer, mais satisfeitos os clientes ficarão.

Com o processo de entrega, é importante implementar o rastreamento de entregas no transporte de cargas para as empresas que realizam vendas online. Portanto, “dependendo da modalidade oferecida pela sua loja (e escolhida pelo comprador), pode ser oferecida a possibilidade de rastreamento das mercadorias após a entrega delas ao transportador. Se puder, aposte nesse tipo de serviço.” (SEBRAE, 2022).

O rastreamento é a forma do consumidor confirmar que o item adquirido realmente está a caminho e tudo está correto com a compra.

O rastreio é uma poderosa ferramenta de gestão logística para as empresas, pois fornece as informações necessárias para o acompanhamento e controle da logística de envio de encomendas. Ainda, ela possibilita analisar fatos e tomar decisões, principalmente, para resolver problemas como atrasos e extravios, por exemplo. Vale reforçar que o monitoramento de pacotes influencia na administração de entregas como um todo e pode contribuir para elevar o desempenho de diversos processos no transporte de pedidos e que resultam na visibilidade positiva do seu negócio. (PD SISTEMAS, 2022).

Caso seja preciso que após a entrega o produto volte para o e-commerce, deve-se haver a logística reversa, que é o conjunto de processos envolvidos no retorno de um produto ao e-commerce, fazendo o caminho inverso ao de entrega da encomenda. Isso inclui o recebimento da solicitação do comprador, a checagem do estoque no caso de trocas, o atendimento ao cliente durante todo o processo e o estorno ou envio de uma nova mercadoria.

Além disso, é importante que os clientes se sintam seguros ao comprar em um comércio eletrônico, tendo a possibilidade de troca ou devolução caso haja algum problema com o produto. Tendo em vista que um dos maiores medos dos consumidores ao comprarem em um e-commerce é o possível arrependimento da compra.

Conforme o relatório da E-bit (2014 apud GUIMARÃES, 2015, p. 5) ao realizar uma compra, o consumidor se sente mais seguro e confiante quando sabe que pode trocar ou devolver o produto em caso de problemas. No comércio eletrônico, a disponibilidade desses

serviços e a facilidade em utilizá-los são importantes, principalmente, porque o contato entre cliente e loja não é presencial.

Com a logística reversa, é possível minimizar perdas relacionadas a devoluções. Afinal, o produto e sua matéria-prima não são totalmente descartados, mas passam por diferentes processos, podendo incluir a venda dos mesmos — seja para reciclagem ou uso de segunda mão, em um sistema de economia circular. (TOTVS, 2021).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o desenvolvimento das pesquisas acerca do tema escolhido, nota-se que o planejamento para a abertura do comércio na *internet* conduz as ações do empreendedor, que são fundamentais para a estruturação de um e-commerce. Com o planejamento, o empresário tem ciência de quais são as principais particularidades do negócio que pretende abrir, podendo assim se antecipar quanto aos impasses que possam surgir.

Houve também a percepção dos pontos frágeis e fortes dentro dessa modalidade de comércio, assim como os riscos e vantagens. Acima de ideias, concluímos que é essencial mapear o negócio, conhecendo os custos, analisando os sistemas de operação, leis e tributos e todos os detalhes exposto nesse artigo.

Por fim, o estudo se mostrou útil para revisar grande parte dos principais conceitos de marketing e como, através de um planejamento minucioso, o empreendedor consegue manter seu negócio funcional, podendo expandi-lo, aumentando automaticamente seu público. Desse modo, através das ideias expostas nesse artigo, observamos que há diversas maneiras de melhorar a funcionalidade e acessibilidade do *e-commerce*.

REFERÊNCIAS

ADDE, Talitha. **Como funciona a logística para o e-commerce**. In: Logistica 2022. Disponível em: <<https://www.nuvemshop.com.br/blog/logistica-para-ecommerce>>. Acesso em: 10 out. 2022.

ANGARITA, Sueli. **As vendas não presenciais e guerra fiscal do ICMS**. In: E-COMMERCE BRASIL. 2018. Disponível: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/vendas-nao-presenciais-e-a-guerra-do-icms/>>. Acesso em: 07 out. 2022

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO PARANÁ. **25 anos de e-commerce no Brasil: história e perspectivas para o futuro**. 2019. Disponível em: <<https://empreendedoresdoparana.com.br/ecommerce-no-brasil/>>. Acesso em 25 out. 2022

BRASIL. **Lei Complementar Nº 7, de 7 de Setembro de 1970**. Institui o Programa de Integração Social, e dá outras providências. Brasília, 1970. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp07.htm>. Acesso em: 03 out. 2022.

BRASIL. **Lei Complementar Nº 70, de 30 de Dezembro de 1991**. Institui contribuição para financiamento da Seguridade Social, eleva a alíquota da contribuição social sobre o lucro das instituições financeiras e dá outras providências. Brasília, 1991. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp70.htm>. Acesso em: 03 out. 2022.

BRASIL. **Emenda Constitucional Nº 87, de 16 de Abril de 2015**. Altera o § 2º do art. 155 da Constituição Federal e inclui o art. 99 no Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, para tratar da sistemática de cobrança do imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação incidente sobre as operações e prestações que destinem bens e serviços a consumidor final, contribuinte ou não do imposto, localizado em outro Estado Brasília, 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc87.htm>. Acesso em: 03 out. 2022.

BRASIL. **Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013**. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico Brasília, 2013. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm>. Acesso em: 05 out. 2022.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm>. Acesso em: 05 out. 2022.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPDs.) Brasília, 2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm>. Acesso em: 05 out. 2022.

BRITO, Ferdinando. **O Desafio do e-commerce para 2016: PEC (197) do comércio eletrônico**. In Leis, 2015. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/o-desafio-do-e-commerce-para-2016-pec-127-do-comercio-eletronico>>. Acesso em: 02 nov. 2022

CAMARGO, Danilo de. **Qual o perfil do fraudador no e-commerce?** 2017. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/qual-o-perfil-do-fraudador-e-commerce-danilo-de-camargo/?trk=portfolio_article-card_title&originalSubdomain=pt>. Acesso em: 23 nov. 2022.

CARGOX. **O que fazer para organizar um setor de logística**. 2017. Disponível em: <<https://cargox.com.br/blog/o-que-fazer-para-organizar-um-setor-de-logistica/>>. Acesso em: 10 out. 2022.

CARVALHO, José Crespo De. **Logística**. Lisboa: Edições Sílabo, 2002.

CEFIS. IPI – **Entenda o Imposto sobre Produtos Industrializados**. In Fiscal, 2019. Disponível em: <<https://blog.cefis.com.br/ipi-entenda-o-imposto-sobre-produtos-industrializados/>> Acesso em: 02 nov. 2022.

CÓPPOLA, Giovanna. **Sistema de operações: entenda seu conceito.** In: INOVAÇÃO, 2021. Disponível em: <<https://rabbot.co/blog/sistema-de-operacoes/>>. Acesso em: 07 out. 2022.

CHAPCHAP, Gustavo. **Confira alguns pontos importantes para abrir um e-commerce.** 2020. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/confira-alguns-pontos-importantes-para-abrir-um-e-commerce>> Acesso em: 22 nov 2022

FECOMERCIO SP. **Evite prejuízos no comércio eletrônico: confira dicas simples para reduzir os impactos negativos do “chargeback”.** 2022. In: Negócios. 2021. Disponível em: <<https://www.fecomercio.com.br/noticia/evite-prejuizos-no-comercio-eletronico-confira-dicas-simples-para-reduzir-os-impactos-negativos-do-chargeback>>. Acesso em: 09 out. 2022.

GUIMARÃES, Leonardo. **Número de lojas virtuais cresce 37% em um ano no Brasil.** 2019. Disponível em: <<https://www.consumidormoderno.com.br/2019/07/05/cresce-numero-lojas-virtuais-brasil/>> Acesso em: 09 out. 2022.

GUIMARÃES, Vinicius. **Formas de pagamento: Quais as opções do mercado e como escolher a melhor para seu negócio.** In: Artigos. 2022. Disponível em: <<https://www.escoladeecommerce.com/artigos/formas-de-pagamentos/>>. Acesso em: 02 nov. 2022

GUIMARÃES, Letícia Silva et al. **A importância da logística para o desenvolvimento do e-commerce: uma análise documental.** Minas Gerais: 2015. 11 p.

ISSET. **Como uma boa plataforma pode te ajudar na gestão de logística do seu e-commerce.** In: Frete e Logística. 2020. Disponível em: <<https://blog.melhorenvio.com.br/como-uma-boa-plataforma-pode-ajudar-na-gestao-de-logistica-do-e-commerce/>>. Acesso em: 10 out. 2022.

KPMG Auditores Independentes Ltda. **Perfil do Fraudador no Brasil.** In: Insights 2022. Disponível em: <<https://home.kpmg/br/pt/home/insights/2021/12/pesquisa-kpmg-revela-perfil-fraudador-brasil>>. Acesso em: 25 out. 2022.

MAIS POLÍMEROS. **Entenda o conceito de logística e sua importância dentro da empresa.** In: compras, gestão e logística. 2019. Disponível em: <<https://maispolimeros.com.br/2019/06/03/conceito-de-logistica/>> Acesso em: 09 out. 2022.

MARTINS, Felipe. **Os Tipos de Fraude e a Segurança do meu E-commerce.** In Segurança, 2017. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/os-tipos-de-fraude-e-seguranca-do-meu-e-commerce>> . Acesso em: 02 nov. 2022

MEDEIROS, Maria Alice; FREITAS, Vitória. **Plataformas digitais: o que são e quais são as vantagens para a sua empresa.** In: Plataformas digitais. 2022. Disponível em: <<https://ecommercenapratica.com/blog/plataformas-digitais/>>. Acesso em: 06 out. 2022.

MÜLLER, Vilma Nilda. **E-commerce: Vendas pela Internet.** 2013. 43 f. Dissertação (Bacharelado em Administração) – Instituto de Ensino Superior de Assis - IMESA e Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, Assis. 2013.

MUNDO LOGÍSTICA. **Estoque e Logística.** 2022. Disponível em: <<https://mundologistica.com.br/glossario/estoque-e-logistica>> Acesso em: 10 out. 2022.

ONBLOX. **5 dicas para melhorar separação e expedição de pedidos.** 2020. Disponível em: <<https://onblox.com.br/separacao-e-expedicao-de-pedidos/amp/>>. Acesso em: 09 out. 2022.

PARREIRA, Júlia. **Fraudes no E-commerce: o que fazer e como proteger o seu negócio.** In: Fraude de estorno ou fraude amiga. 2021. Disponível em: <<https://ecommercedesucesso.com.br/fraudes-no-ecommerce>>. Acesso em: 25 out. 2022

PARREIRA, Leonardo. **Saiba como evitar fraudes no e-commerce.** In: artigo Segurança 2022. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/saiba-como-evitar-a-fraude-no-e-commerce>>. Acesso em: 25 out. 2022

PD SISTEMAS. **Entenda a importância do rastreamento de encomendas na satisfação do cliente.** 2022. Disponível em: <<https://pdsistemas.com.br/blog/entenda-a-importancia-do-rastreamento-de-encomendas-na-satisfacao-do-cliente/>>. Acesso em: 10 out. 2022.

REIS, Guilherme. **Guia: plano de negócio para e-commerce.** 2022. Disponível em: <<https://www.lojavirtual.com.br/blog/guia-plano-de-negocio-para-e-commerce/>>. Acesso em: 23 out. 2022.

SANTANA, Ana Cristina Cavalcante de Lima. **Estratégia para prevenção e combate aos delitos corporativos.** 2008. Disponível em: <http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/posdistancia/33048.pdf>. Acesso em: 22 nov 2022.

SANTANA, Esther. **A importância das operações logísticas.** In: o que aprendemos com a pandemia. 2021. Disponível em: <<https://www.educamaisbrasil.com.br/cursos-e-escolas-tecnicas/tecnico-em-logistica/noticias/a-importancia-das-operacoes-logisticas-o-que-aprendemos-com-a-pandemia>> Acesso em: 09 out. 2022.

SEBRAE. **Como reduzir riscos de fraude no comércio eletrônico.** In: Precauções. 2022. Disponível em: <<https://www.google.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.sebrae.com.br%2Fsites%2Fport>>

alsebrae%2Fartigos%2Fcomo-reduzir-riscos-de-fraude-no-comercio-
letronico%2C37cec998c40e4410vgnvcm1000003b74010arcrd&oq=&aqs=chrome.2.35i39i36
2l8.625601j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

SEBRAE. **Descubra como uma boa logística pode impactar o seu e-commerce.** In: Logística e Estoque. 2014. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/logistica-no-e-commerce-entregar-o-produto-no-prazo-e-fundamental,685f55a4873c4410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 10 out. 2022.

SIQUEIRA, Marcelo. **Conceito de fraude no direito civil.** In Artigos, 2016. Disponível em: <<https://marceloss23.jusbrasil.com.br/artigos/444710619/o-conceito-de-fraude-no-direito-civil>>. Acesso em: 02 nov 2022.

SOUSA, Rafaela. **"Segunda Revolução Industrial";** Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/historiag/segunda-revolucao-industrial.htm>> Acesso em 02 nov. 2022.

SOUZA, Thiago. **PIS e Cofins: saiba tudo sobre essas contribuições.** In Tributações, 2018. Disponível em: <<https://www.dootax.com.br/pis-e-cofins/>> Acesso em: 02 nov. 2022

TÁVORA, Thiago. **Saiba tudo sobre os impostos no e-commerce.** In Gestão e Negócios, Legislação no E-commerce, 2017. Disponível em: <<https://www.iset.com.br/blog/saiba-tudo-sobre-os-impostos-no-e-commerce/>> Acesso em: 02 nov. 2022

TEIXEIRA, Tarcísio. **O desenvolvimento do E-commerce no Brasil.** 2017. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/o-desenvolvimento-do-e-commerce-no-brasil>> Acesso em: 09 out. 2022.

TOTVS. **Logística reversa o que é, qual a importância e como aplicar.** In: Logística reversa. 2021. Disponível em: <<https://elevesuasvendas.com.br/blog/vendas/logistica-reversa>>. Acesso em: 10 out. 2022.

TRAY CORP. **E-commerce: as vantagens e desvantagens desse modelo de negócios.** 2020. Disponível em: <<https://www.traycorp.com.br/ecommerce-vantagens/>>. Acesso em: 02 de nov. 2022.

TRIBUNA DO NORTE. **E-COMMERCE cresce 4,3% no 2º trimestre de 2022 no Brasil.** **Tribuna do Norte.** In Economia. 2022 Disponível em: <<http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/e-commerce-cresce-4-3-no-2ao-trimestre-de-2022-no-brasil/543014> <https://ecommercenapratica.com/blog/plataformas-digitais/>>. Acesso em: 25 out. 2022.

TUCUNDUVA Rodrigo, em São Paulo. **Marketing para E-commerce: 8 estratégias e tendências para o sucesso** In: BLOG LAHAR. 2022. Disponível em:

<<https://blog.lahar.com.br/marketing-digital/marketing-para-e-commerce/>>. Acesso em: 07 out. 2022

VIANNA, Carla. **E-commerce: Conheça as principais leis que regem a modalidade de negócio**. 2019. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/e-commerce-principais-leis>>. Acesso em: 07 out. 2022.