

**FACULDADES SÃO JOSÉ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

CAROLINA DA SILVA OLIVEIRA

PROJETOS SUSTENTÁVEIS E SISTEMA DE E-COMMERCE

Rio de Janeiro

2018

CAROLINA DA SILVA OLIVEIRA

PROJETOS SUSTENTÁVEIS E SISTEMA DE E-COMMERCE

Projeto de pesquisa apresentado para a
Disciplina de TCC I, sob a orientação do prof.:
Manoel Gonçalves.

Rio de Janeiro

2018

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
1.2 PROBLEMÁTICA	2
2. OBJETIVOS	2
2.1 OBJETIVO GERAL	3
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
3. JUSTIFICATIVA E/OU RELEVÂNCIA.....	3
4. HIPÓTESE E/OU SUPOSIÇÃO.....	4
5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	4/5
6. METODOLOGIA	9
7. CRONOGRAMA	9
8. REFERÊNCIAS	10

1. INTRODUÇÃO

Hoje em dia a internet é um meio de comunicação que interliga pessoas de diversos locais com rapidez. Sendo uma fonte rica em conhecimentos e informações, compra e venda e soluções para todos os tipos de assunto. Com a evolução da tecnologia, se manter conectado ao mundo virtual é muito mais fácil. As pessoas estão sempre atualizadas dos acontecimentos diários e atentas ao mundo das compras.

Além da diversidade de informações, as compras online conquistaram seu público por diversos aspectos, sendo eles: facilidade na compra, não precisar sair de casa para adquirir um produto desejado, preços reduzidos, qualidade do produto, agilidade no procedimento, entre outros.

A modalidade de comércio que realiza transações financeiras - compra e venda de produtos e serviços - pela internet é denominada "E-Commerce". Este nome é derivado do termo comércio eletrônico, onde suas negociações são realizadas no formato eletrônico. Com o foco nas vendas e no cliente, esta tem sido uma estratégia bem visada pelos empreendedores. Com o aumento do E-commerce, podemos identificar que as maiores concentrações de pessoas estão nas plataformas virtuais.

Mesmo com o avanço tecnológico não se pode esquecer as ações sociais e ambientais dentro das empresas, a chamada sustentabilidade. Sustentabilidade é um conjunto de ações que as empresas virtuais realizam visando o respeito ao meio ambiente e o desenvolvimento sustentável da sociedade. Para isso são criados projetos de sustentabilidade vinculados aos sistemas de E-Commerce. Sendo o principal objetivo desses projetos de sustentabilidade que todos se conscientizem e ajudem nessa causa. Sendo assim, os projetos se adaptam para passar o conhecimento ao maior número de pessoas e criam nas empresas ações sustentáveis, incentivando a população.

O projeto sustentável vem crescendo tanto que já se espalhou pelas plataformas virtuais, que têm grande influência no mercado. As empresas que aderiram esse método, além de ajudar o meio ambiente, despertam o interesse na

população para desenvolver as atividades necessárias, ganham maior visibilidade e até “gratificações”, como selos e títulos por serem empresas sustentáveis. Não são todas as empresas que participam desse projeto, mas é de extrema importância que essa ação se espalhe atingindo mais empresas e assim os clientes que elas carregam.

O propósito deste presente artigo é expor para a sociedade a interligação da Sustentabilidade e o Sistema E-commerce. Objetivando apresentar uma abordagem sobre os conceitos de sustentabilidade e relacioná-los com o desenvolvimento de projetos sustentáveis por parte de diversos tipos de organizações, apresentando alguns projetos desenvolvidos por organizações brasileiras no decorrer dos últimos anos, além de abordar a relação de investimento e benefícios desses projetos sustentáveis para estas empresas e mostrar a importância da elaboração destes projetos.

1.2. Problemática

Com a chamada Revolução Digital o E-commerce tem sido a atividade que mais cresce no mundo, onde suas transações acontecem por meios tecnológicos, como a internet, ocorrendo as transações pelo smartphone. Sabendo que o Sistema E-commerce representa tanto o presente quanto o futuro do comércio surge a necessidade de investigar tal fato, pesquisando: Qual ou quais os fatores que beneficiam o aumento de compra e consumo de produtos pelas plataformas de E-commerce? Quais as motivações que levam os projetos sustentáveis para as plataformas de E-commerce?

2. OBJETIVOS

2.1 - OBJETIVO GERAL

O nome “E-commerce”, como é conhecido aqui no Brasil, teve seu início na década de 90, com a criação dos primeiros sites na internet com o objetivo de

realizar transações comerciais. O início desse novo conceito enfrentou diversas dificuldades para seu desenvolvimento, e com os avanços tecnológicos ganhou espaço e preferência com a comercialização de produtos e serviços. Integrando o E-commerce com os projetos sustentáveis os negócios vão se desenvolvendo e vêm ganhando um corpo mais consistente, devido à alta procura nos negócios, já que passaram a ver a sustentabilidade como um custo mais acessível a integrar o negócio. Diante do exposto, objetiva-se através desta pesquisa discutir a viabilidade do desenvolvimento de projetos sustentáveis em negócios virtuais.

2.2 - OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Comparar empresas sustentáveis que utilizam o comércio eletrônico.

Incentivar a incorporação de produtos industriais na organização moderna.

Incentivar o desenvolvimento de empresas virtuais na nova revolução industrial.

3. JUSTIFICATIVA

A abordagem deste trabalho aponta, de acordo com o avanço da tecnologia, que o maior meio de compra, nos dias atuais, é o virtual. Devido ao crescimento dessa prática do mercado virtual, atuar neste ramo de negócios é de fundamental importância para as empresas que almejam uma oportunidade junto ao seu público alvo, que tem buscado cada vez mais por atributos no produto ou serviço que até então não eram valorizados, passando a existir empresas só virtuais. Com esse fato, a venda online ajuda muito a sustentabilidade no mundo. Temos diversas empresas que possuem selos por aderirem causas sustentáveis e por desenvolver projetos para ajudar na causa.

Temos uma junção dos maiores canais de vendas e um assunto de extrema importância, no qual, depende da colaboração de todos, quanto mais empresas adotarem esse método, mais as pessoas terão total conhecimento e ajudarão a sustentabilidade de forma diretamente ou indiretamente.

Diante desta afirmativa, muitas serão as vantagens que tanto a empresa como o consumidor encontrarão se optarem por realizar suas negociações via internet. Começando pelo lucro, que aderindo esse método possui retorno financeiro. Indo de encontro ao reconhecimento de usuários que não fazem parte do seu segmento e tornam-se clientes, onde a partir da divulgação conquista-se uma boa imagem, atrai parcerias que possui o mesmo foco que a organização.

4. HIPÓTESE

Implementação de projetos sustentáveis nos sites de compras pelo Sistema E-commerce de forma segura e prática, agregando valor ao produto.

5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

5.1 Sistema de comércio virtual

A origem do comércio virtual se deu no final da década de 70 com o intercâmbio eletrônico de dados no setor automobilístico, porém somente com a expansão da internet que o comércio eletrônico passa a ser praticado com o objetivo de realizar negócios virtuais. Assim, pode-se definir como comércio eletrônico como sendo aquele que envolve o intercâmbio de bens físicos e não tangíveis, através de etapas que se iniciam com o marketing online e com o gerenciamento dos pedidos, pagamento, distribuição e dos serviços de pós-venda. A internet permitiu que o comércio eletrônico ficasse mais acessível por um grande volume de novos usuários. Esse acesso permite uma interação mais segura, rápida e fácil, dependendo da natureza tecnológica da conexão (PAOLIELLO e FURTADO, 2004).

O E-commerce é um comércio eletrônico que realiza operações por meios de plataformas eletrônicas e dispositivos, como por exemplo, os smartphones, computadores, tablets, entre outros. Segundo Fagundes (2009) o comércio eletrônico através da internet é o ramo de atividade econômica que mais cresce

no mundo. As jovens empresas que ingressam no comércio online têm atraído o maior número de investidores do mercado de ações, aumentando o valor de mercado de forma alucinante.

Com esse crescimento, tanto de clientes como de investidores, foram criados projetos sustentáveis e inseridos nas plataformas online, para que todos possam ajudar e contribuir nessa causa, de alguma forma. Sendo este um assunto que preocupa a população e tem grande influência sobre os resultados da empresa. São diversos os projetos, como de coleta, para reciclagem e sites com modo sustentáveis de trabalho.

Para Ashley (2002, p. 6), a responsabilidade social é conceituada como,

o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente de modo amplo e a alguma comunidade de modo específico, atingindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas com ela.

As empresas possuem um papel muito importante nessa causa e uma grande relação com os seus clientes, incentivando e auxiliando a todos como prosseguir e agir nesse projeto.

“O entendimento da relação complexa que existe entre as empresas e a sociedade, incluindo comunidades, empregados, governos, clientes, fornecedores, também se refere ao estudo da responsabilidade social de empresas” (OLIVEIRA, 2008, p. 2).

As pessoas que realizam a compra por meio de sites sustentáveis já estão colaborando, e a intenção é que esse projeto cresça cada vez mais e que todos se sensibilizem.

6. Metodologia

Para a realização desta pesquisa, primeiramente utiliza-se o caráter exploratório. Sendo uma pesquisa exploratória, temos por objetivo descrever o problema e a solução. Optando-se pelo método de coleta e análise de dados, feita através de artigos científicos, publicações e livros (MALHOTRA, 2001). A pesquisa será baseada em projetos sustentáveis, quantidade e qualidade das organizações que adotaram o método E-commerce. Apresentando assim, as modificações realizadas por elas, que obtiveram resultados positivos e progressivos.

Para comparar os resultados entre as empresas que utilizam o projeto sustentável no sistema E-Commerce será realizado um levantamento de dados. Para isso serão aplicados questionários a diversas empresas virtuais de comércio que utilizem o projeto de sustentabilidade. Esses questionários serão aplicados virtualmente (e-mail) e focarão temas como respeito ao meio ambiente, práticas de inclusão social, desenvolvimento sustentável da sociedade, agregação de valor do produto, lucratividade, entre outros.

Para análise e interpretação dos resultados será utilizada estatística descritiva dos dados.

7. Cronograma

Atividades	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro
Levantamento Bibliográfico	X			
Leitura e Fichamento	X			
Aplicação de questionários		X		
Coleta e tabulação de dados		X		
Análise dos resultados			X	
Elaboração e estruturação do TCC			X	X
Defesa do TCC				X

8. REFERÊNCIAS

ASHLEY, P. A. Ética e responsabilidade social nos negócios. Rio de Janeiro: Saraiva, 2002.

Fagundes, 2009, O que é E-commerce?.

<http://www.efagundes.com/artigos/O%20que%20e%20eCommerce.htm>

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. Empresas na Sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PAOLIELLO, C.M.; FURTADO, A.L. Sistemas de informação para comércio eletrônico. PUC-Rio Inf. MCC 27/04, 2004.

VERGARA, S.C.; Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 16.ed., 2016.

GIL, A.C.; Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 6.ed.,2017