

IMPLANTAÇÃO DE LOJA VIRTUAL: Fram modas e acessórios

Alisson Barbosa FLÁVIO ¹, Joice Fernanda Silveira ARAÚJO ², Luiz Paulo dos Santos FERREIRA ³, Natália carvalho Corrêa PINTO ⁴, Ronivon Pereira COSTA⁵, Tallys Washington Lima JÚNIOR⁶, Paola da Silva VIEIRA⁷

¹Estudante de Gestão da Produção Industrial /UNINCOR
e-mail: alissonflaviobatera@gmail.com

²Estudante Gestão de Logística /UNINCOR
e-mail: joicenanda@hotmail.com

³ Estudante Gestão da Produção Industrial /UNINCOR
e-mail: luizpfe@gmail.com

⁴ Estudante Gestão da Produção Industrial /UNINCOR
e-mail: nataliacorrea_1@hotmail.com

⁵ Estudante Gestão da Produção Industrial /UNINCOR
e-mail: ronipc@hotmail.com

⁶Estudante Gestão da Produção Industrial /UNINCOR
e-mail: tallyswashington@hotmail.com

⁷Orientador e Professor do Curso de Gestão da Produção Industrial, logística, e administração /UNINCOR
e-mail: paola.svieiras@yahoo.com.br

Palavras-Chave: Virtual, Inovação, E-Commerce.

RESUMO

Este trabalho tem como ideia principal mostrar as vantagens de se ter um a loja virtual trabalhando em conjunto com a loja física. Neste trabalho a proposta é analisar juntamente com a proprietária da loja Fram modas e acessórios a possibilidade de implantação de uma loja virtual, esclarecendo dúvidas e expondo pontos críticos de se ter um *site* voltado para a venda de seus produtos de forma eletrônica. Tendo em vista o constante crescimento do mercado *on-line*, várias empresas vêm se inovando cada vez mais buscando ser mais competitiva e conseqüentemente alcançando maior número de clientes que é cada vez mais comum realizarem compras e receber os produtos comprados no conforto e comodidade de seu lar, e como conseqüência o aumento da rentabilidade de seu negócio. Diante desse crescente envolvimento do mercado no mundo virtual, trazendo a certeza, de que cada vez mais a internet é o mais novo campo a ser explorado pelos empresários e micro empresários, tornando assim as lojas mais visíveis. Neste trabalho foi realizado uma pesquisa descritiva que visa descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. A forma de coleta de dados deste trabalho foi através de uma entrevista realizada no mês de setembro de 2018, com a proprietária da loja a fim de entender quais são suas dúvidas e expectativas de uma loja virtual. Conclui-se que, com os dados apresentado é possível perceber que a proprietária da loja tem interesse em expandir os seus negócios em uma loja virtual, porém é necessário que se tenha uma capacitação de tecnologia e informação, para auxiliar sobre todos os processos de vendas *on-line*. A

implantação de uma loja virtual nos dias atuais é sinônimo de lucratividade e visibilidade, fazendo com que a loja física ultrapasse barreiras e vá ao alcance de mais clientes.

UNIVERSIDADE VALE DO RIO VERDE

Três Corações: Av. Castelo Branco, 82 - Chácara das Rosas - Três Corações/MG / CEP: 37410-000 - (35)3239-1000

Belo Horizonte: R. Juiz Costa Val, 161 - Santa Efigênia - Belo Horizonte/MG / CEP: 30240-250 - (31)3225-8942

Betim: Rua Santa Cruz, 750 - Centro - Betim/MG / CEP: 32600-028 - (31)3597-4215

Caxambu: Rua Dr. Viotti, 134 - Centro - Caxambu/MG / CEP: 37440-000 - (35)3341-7197

Pará de Minas: R. José Bahia Capanema, s/nº - João Paulo II - Pará de Minas/MG / CEP: 35661-060 - (37)3232-2089