



TECNOLOGIA TRAZ MAIS QUALIDADE

Empresas investem em processos de gestão para reforçar pontos vulneráveis que a greve dos caminhoneiros acentuou

Por Marcela Marcos

Com a expectativa de que as vendas por e-commerce registrem crescimento de 12% neste ano em relação a 2017, segundo as últimas projeções, as transportadoras de entregas expressas se mostram otimistas, apesar dos efeitos prejudiciais da greve dos caminhoneiros ocorrida em maio. O comércio eletrônico é responsável pela maior parte da demanda das empresas que atuam nessa modalidade.

O saldo do e-commerce brasileiro no primeiro semestre de 2018 manteve o ritmo de crescimento e foi positivo, segundo o relatório Websoppers, publicado pelo E-bit e divulgado em agosto. O faturamento do setor foi de R\$ 23,6 bilhões, o que representa alta de 12,1% em relação ao mesmo período do ano passado. O total de pedidos também aumentou – passando de R\$ 50,3 milhões para R\$ 54,4 milhões –, assim como o ticket médio, que cresceu 3,8%, ficando em R\$ 433.

ENTREGAS EXPRESSAS

Na esteira desse desempenho, a Total Express, cujo crescimento ultrapassou 34% nos primeiros seis meses do ano, redirecionou o foco de sua estratégia. Em vez de se concentrar apenas em custos, a transportadora passou a investir em tecnologia para melhorar o serviço ao seu cliente. Para Ariel Herszenhorn, diretor-geral da companhia, esse ajuste também é resultado de uma acomodação do mercado. "Temos visto muitos players se consolidando e voltando a investir no negócio. Por isso, colocamos nosso esforço em uma comunicação constante com nossos clientes e embarcadores."

Uma dessas iniciativas é o aplicativo de gestão de entregas, ainda em fase de implementação, que utiliza inteligência artificial para melhorar a efetividade das entregas na primeira tentativa. O uso da tecnologia também vai reforçar a comunicação com embarcadores, o que, para Herszenhorn, é fundamental.

"A paralisação [dos caminhoneiros] nos levou a uma situação limite que nos fez reavaliar todos os processos dentro da empresa e ver algumas fragilidades, mas também os pontos fortes do negócio, como a gestão de risco e o relacionamento com o embarcador, que nos fizeram ficar de pé de maneira estruturada", diz.

Até dezembro, a Total Express coloca suas fichas no movimento que pode ser gerado pela Black Friday. A expectativa é que possa aumentar entre 50% e 60% o desempenho da empresa. Só neste ano, a transportadora fez 35 milhões de entregas, grande parte delas gerada por marketplaces.

A mesma linha de atuação, visando melhorar a efetividade das entregas, é adotada pela JadLog, que pertence ao grupo DPD, que comanda uma rede internacional de distribuição de encomendas na Europa. A empresa também confia nos bons resultados dos períodos de Black Friday e Natal. "Trouxemos para o Brasil o serviço pickup, que permite a retirada da encomenda em diferentes pontos de conveniência escolhidos pelo consumidor no momento da compra", explica Bruno Tortorello, CEO da companhia.

Implementado no último mês de maio, o serviço já conta com mais de 2,4 mil pontos de entrega em todo o país, que abrange tanto escritórios de franqueados da JadLog como papelarias, cafeterias e lojas de calçados e de doces. A retirada pode ser feita em qualquer dia, inclusive aos fins de semana. "Os parceiros ganham uma remuneração por cada pacote retirado em seu estabelecimento, com a vantagem de poder gerar fluxo para esse varejista", diz Tortorello. Segundo ele, em Portugal mais de 20% dos clientes fazem alguma compra no local onde vão retirar a encomenda.

Mesmo com o impacto da greve dos caminhoneiros sobre o e-commerce, cujo volume representa 45% da movimentação total da JadLog, a empresa espera atingir a marca de R\$ 560 milhões neste ano, ante um faturamento de R\$ 480 milhões em 2017. Dentre os segmentos que mais têm demandado entregas na modalidade expressa, Tortorello destaca o mercado de



Tortorello, da JadLog, do novo serviço de retirada das encomendas

beleza e cosméticos, seguido por eletrônicos e farmácia (este último, segundo ele, vem avançando na venda direta para o consumidor). Nos próximos quatro a cinco anos, a empresa planeja investir, segundo o executivo, mais de R\$ 100 milhões, especialmente em tecnologia, automação e aumento da frota.

Katia Tavares, gerente de marketing da UPS Brasil, atribui o bom desempenho da empresa à demanda proveniente da indústria de saúde. "Novos medicamentos estão sendo importados para o Brasil, o que exige transporte seguro com as devidas medidas de temperatura, somado a um tempo de entrega preciso", afirma. Apenas em entrega expressa, a UPS atingiu a receita de US\$ 54 bilhões em 2017, considerando a área de atuação que abrange 220 países e territórios. A empresa não divulga os números referentes à divisão brasileira.

As atenções da companhia no Brasil estão voltadas para o centro de distribuição do aeroporto internacional de Viracopos, que completa, em 2018, seu primeiro ano de operações. "Esse centro, que foi criado para atender à crescente demanda interna por serviços de

transporte, especificamente para clientes das indústrias de manufatura industrial, saúde e alta tecnologia, aumentou ainda mais a capacidade de volume diário da UPS e agora serve como um local para consolidar as divisões de remessa expressa e cadeia de suprimentos", afirma Tavares.

A Loggi, por sua vez, investiu R\$ 80 milhões na operação vertical de comércio eletrônico neste ano. "Os recursos foram aplicados no desenvolvimento de tecnologia e centros de distribuição para atender à demanda de nossos clientes em 13 cidades brasileiras", explica Francisco Losurdo, diretor de e-commerce da organização.

"A ideia é aumentar a quantidade das entregas em distâncias menores, o que aumenta o lucro do entregador e diminui o custo para o cliente e consumidor final." Em 2019, a expectativa é de que a Loggi esteja presente em mais 40 cidades, com a solução de entregas no mesmo dia e no dia seguinte, oferecida pela transportadora.

A Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) também tem adequado seu portfólio ao desenvolvimento de funcionalidades específicas para o e-commerce

brasileiro, de acordo com informações fornecidas pela empresa. Uma delas é o sistema Clique e Retire, em que o destinatário recebe um SMS informando que a entrega está disponível para retirada. A companhia também está fazendo um estudo de mercado para oferecer um serviço de entregas por meio de aplicativo semelhante ao Uber, embora não confirme os detalhes da operação.

Outra medida que está para ser adotada é uma parceria com a companhia aérea Azul, que aguarda deliberação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) e de órgãos supervisores para começar a operar. A joint-venture está prevista para ser constituída ainda neste ano – atualmente, o transporte aéreo dos Correios é feito por meio de caçueiros.

A receita contábil de vendas da ECT acumulada no primeiro semestre de 2018 é de R\$ 9,2 bilhões, sendo que, até o mês de julho, houve aumento de 6% nas entregas das modalidades expressas em relação ao mesmo período do ano passado. Essas entregas representam aproximadamente 53% do total de encomendas da estatal. A perspectiva para até o fim deste ano é de que haja um crescimento de 9,5% sobre o faturamento de 2017, sendo que os segmentos que mais têm demandado entregas são marketplaces, eletrônico, comércio/indústria e bancos/telefonia. Por outro lado, os que menos têm demandado serviços dos Correios são o setor de alimentos (bebidas) e autopeças.

Se para as empresas privadas de transporte expresso o impacto da paralisação dos caminhoneiros foi compensado pelo bom cenário do e-commerce em geral, para os Correios os efeitos ainda preocupam. Os impactos foram de grande proporção em todos os segmentos, não só nas cargas expressas, e a queda de entregas diárias de encomendas chegou a 80% em relação a um dia normal, informa a ECT.

A Petrobras anunciou em 31 de agosto um reajuste de 13% no preço médio do diesel praticado nas refinarias, e já havia avaliado que a nova fórmula proposta pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) para calcular o preço de referência para concessão de subsídios ao combustível poderia trazer risco de desabastecimento ao país.

Para o comércio eletrônico em geral, há ainda um fator preocupante, que é o frete, responsável por 58,1% dos custos logísticos do e-commerce, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm). O reajuste no valor dos envios anunciado pelos Correios em março gerou, segundo pesquisa do site de ofertas Cuponomia, aumento de até 40% do frete para algumas cidades.

Os Correios justificam que "o preço das encomendas foi reajustado para cobrir os custos operacionais e que nos mercados de encomendas mais relevantes, onde se encontra maior concentração de consumidores, foi aplicado o percentual menor de reajuste nos âmbitos local, estadual e entre capitais".