

OPINIÃO

Como os smart lockers estão revolucionando entregas no comércio eletrônico

Elton Matos (*)

Você já se viu preocupado com uma importante reunião de trabalho que surgiu de última hora enquanto uma entrega estava prestes a chegar?

Ou, por receio do extravio das suas compras, ter que mudar de planos apenas para estar a postos quando o entregador interfonasse? Situações como essa fazem parte do dia a dia de grande parte dos brasileiros adeptos de comprar nos e-commerces.

Segundo informações recentes divulgadas pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), esse mercado teve um incremento de 9,7% em 2024 em relação a 2023, totalizando R\$ 44,2 bilhões em vendas apenas no primeiro trimestre do ano. A previsão da organização é a de que esse número passe para R\$ 205,11 bilhões até dezembro. Diante do aquecimento desse nicho, os armários inteligentes, também conhecidos como smart lockers (em inglês), emergem como uma solução inovadora para driblar um dos principais desafios de crescimento do setor.

O last mile, que nada mais é do que a etapa final da entrega na qual o pacote vai do centro de distribuição ao consumidor final, é uma das fases mais complexas e custosas da cadeia logística do comércio eletrônico, muito por conta do trânsito urbano e das falhas nas tentativas de entregas, que costumam acontecer de duas a três vezes durante esse processo. Por sua vez, o armário inteligente otimiza essa dinâmica ao atuar como uma espécie de intermediário, permitindo que os objetos sejam entregues e retirados de forma autônoma tanto em complexos residenciais quanto comerciais.

Em termos de vantagens que a inovação traz para a logística do e-commerce, podemos destacar a redução

dos custos operacionais. Em casos de entregas múltiplas, por exemplo, o entregador consegue depositar todas as encomendas em uma única parada, sem precisar depender da presença do cliente, e, evitando assim, ter que retornar àquele endereço. Aqui, existe uma diminuição do desgaste dos veículos, além da redução da necessidade de armazéns temporários de mercadorias localizados próximo ao consumidor final, possibilitando uma economia em aluguel e manutenção desses imóveis.

Outro aspecto positivo do uso dos smart lockers para o comércio eletrônico é a otimização do tempo dos entregadores, visto que com a centralização das encomendas, há uma necessidade menor desses profissionais cobrindo a mesma área, permitindo que se realizem mais entregas em um único dia.

Neste contexto, a segurança também pode ser citada como um benefício. Afinal, para retirar a entrega é preciso de uma senha enviada no dispositivo móvel do próprio comprador. Sendo assim, minimiza-se o risco de quebra ou roubo de pacotes que normalmente ficam jogados na porta do consumidor e o e-commerce ganha em confiabilidade. Por fim, a sustentabilidade é um tópico relevante. A otimização das rotas e a redução de tentativas de entrega diminuem a emissão de gases poluentes e contribuem com o bem-estar público.

A verdade é que em um país como o Brasil, onde o comércio eletrônico encontra-se em plena ascensão, os smart lockers começam a despontar de forma revolucionária. À medida que as compras digitais continuam a crescer e a demanda por soluções mais eficientes e sustentáveis aumenta, a tendência é que esses sistemas se espalhem rapidamente. O futuro será conectado e inteligente. Não temos como voltar atrás!

(*) Sócio-fundador e CEO da Airlocker.

Comércio eletrônico: Amazon briga com Temu e Shein

A Amazon lançou uma nova operação de comércio eletrônico: uma plataforma chamada Haul, que venderá produtos com o preço máximo de US\$ 20.

Vivaldo José Breternitz (*)

Segundo a empresa, a maioria dos produtos custará menos que US\$ 10, mas que por enquanto, as entregas serão feitas em até duas semanas, um prazo longo para os padrões da empresa.

É uma tentativa de competir com varejistas que praticam preços muito baixos, como Temu e Shein – por enquanto, a Haul atenderá apenas clientes dos Estados Unidos.

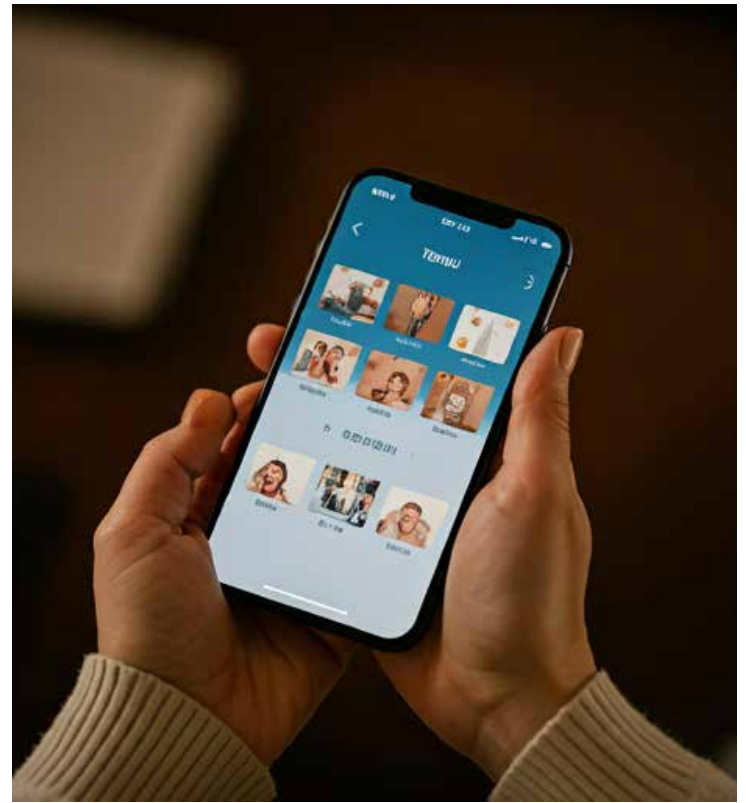
Temu e Shein tem crescido muito rapidamente nos últimos anos, mas enfrentam críticas por serem ambientalmente irresponsáveis – a fabricação de seus produtos, muito baratos e praticamente descartáveis, acaba aumentando o consumo de recursos naturais; esse tipo de crítica agora pode ser estendido à Amazon.

Quem colocou essas críticas foi Sucharita Kodali, analista de varejo da Forrester, empresa de consultoria e pesquisas na área de tecnologia, que disse também que reguladores em todo o mundo estão mostrando cada vez mais preocupação com a ascensão de plataformas que vendem produtos produzidos em massa a preços muito baixos.

Há também problemas de outro tipo: a Comissão Europeia está movendo, desde outubro, uma ação contra a Temu, pelo fato de da plataforma não impedir a venda de produtos ilegais.

Na própria Ásia essas plataformas vêm enfrentando problemas: a Indonésia proibiu as operações da Temu no país, visando proteger os pequenos comerciantes locais. Já o governo do Vietnã está ameaçando banir Temu e Shein, dizendo que elas não têm autorização para operar no país.

A Amazon, obviamente afirma que os produtos vendidos pela Haul têm garantia e estão de acordo com a legislação vigente.



Kodali disse também que o projeto não está isento de riscos para a Amazon, pois há evidências de que os consumidores estão ficando cansados de produtos de baixa qualidade e entrega demorada, o que poderá fazer com que a Haul não dure muito tempo.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjntz@gmail.com.

Black Friday: como a precisão nos dados pode transformar campanhas de marketing digital

A Black Friday 2024 trará tanto oportunidades quanto desafios para as empresas que buscam maximizar o ROI em suas campanhas de marketing digital. Em um cenário competitivo, tomar decisões rápidas e baseadas em dados em tempo real será essencial para o sucesso das estratégias de anúncios.



Um exemplo claro desse sucesso é o caso de Sabrina Vieira, cofundadora de um e-commerce de tênis sneaker, que utilizou a plataforma para reduzir seu CAC em 36%, de R\$80 para R\$51, durante a Black Friday de 2023. Antes, ela enfrentava altos custos e pouca visibilidade sobre quais campanhas realmente se convertiam em vendas. A Nemu possibilitou a pausa de anúncios ineficazes e direcionou o investimento para os formatos mais eficazes, como carrossel e catálogo.

“A capacidade de realizar ajustes em tempo real e com base em dados precisos foi essencial para maximizar o desempenho do cliente durante a Black Friday, e esse é exatamente o tipo de vantagem competitiva que buscamos oferecer a todos os nossos parceiros”, destaca Lemos.

Personalização e precisão nos anúncios

A personalização, aliada ao tracking preciso, também desempenha um papel fundamental no sucesso das campanhas digitais. Ferramentas que utilizam big data permitem segmentar os consumidores de maneira mais eficaz, criando ofertas que ressoam com o público certo.

Ao monitorar vendas e tráfego em tempo real, as empresas conseguem ajustar suas campanhas com base no comportamento do consumidor, maximizando o potencial de conversão e otimizando o uso do orçamento.

de baixo desempenho. Isso é especialmente relevante durante eventos como a Black Friday, onde a demanda por respostas rápidas é alta.

“Com a nossa plataforma, as campanhas podem ser otimizadas sem intervenção manual constante, o que é fundamental em datas de grande volume,” acrescenta Lemos. “A inteligência artificial da nossa plataforma melhora a eficiência, otimizando o orçamento publicitário sem perder oportunidades de conversão”.

O poder do tracking em tempo real

Durante o evento, o aumento significativo no volume de tráfego e transações exige um acompanhamento preciso das campanhas. A capacidade de monitorar dados em tempo real é crucial para garantir que o orçamento de marketing seja investido de forma eficaz, focando nos anúncios que geram conversões.

“Empresas não podem mais se basear em dados imprecisos ou atrasados para ajustar suas campanhas, especialmente em períodos de alta demanda como a Black”, explica Martín Lemos, CEO da Nemu, plataforma especializada em automação e tracking de campanhas. “Nossa tecnologia permite que as empresas acompanhem, em tempo real, quais anúncios estão resultando em vendas, facilitando ajustes rápidos e eficientes”.

Automação como aliada estratégica

A tecnologia tem se consolidado como uma ferramenta essencial para otimizar campanhas, permitindo ajustes automáticos em orçamentos e pausando anúncios

Intelipost lança Torre de Controle 360

Pensando em melhorar ainda mais a jornada de seus clientes, a Intelipost acaba de lançar a Torre de Controle 360, novo módulo de seu TMS, desenvolvido para oferecer visibilidade de ponta a ponta e insights preditivos em todas as etapas logísticas de um pedido. A nova solução integra, em um único painel, dados sobre vendas, custos e performance, transformando informações complexas em decisões estratégicas que impulsionam a

eficiência operacional. A novidade chega ao mercado para resolver um desafio enfrentado por muitas empresas: a falta de uma visão centralizada dos dados estratégicos, e a antecipação de ocorrências que impactam a experiência dos clientes na jornada de compra online. Com recursos avançados como Painel de Vendas; Painel de Custos; Painel de Performance; e Painel de Previsões, a Torre de Controle 360 oferece uma visão de-

talhada do estado de cada pedido. O sistema identifica rapidamente pedidos com alto risco de atraso e, isso permite que as empresas atuem proativamente para amenizar impactos negativos e garantir a satisfação do cliente. Ao mesmo tempo, também possibilita análises detalhadas e personalizadas, auxiliando na identificação de tendências e padrões que melhoram os processos logísticos e simplificam o atendimento.

News @TI

Beyondsoft Brasil é certificada pelo GPTW pelo segundo ano consecutivo

A Beyondsoft Brasil, empresa global de consultoria em tecnologia, foi certificada pelo Great Place to Work® (GPTW) pelo segundo ano consecutivo. A certificação reconhece as práticas de excelência em gestão de pessoas e o compromisso da empresa com o bem-estar e a satisfação dos colaboradores. A GPTW é baseada na avaliação dos funcionários sobre diversos aspectos do ambiente de trabalho, como cultura organizacional, liderança, oportunidades de crescimento, benefícios e qualidade de vida. Neste ano, a empresa alcançou a marca de 92% de participação dos colaboradores na pesquisa - um aumento de 5% em relação ao ano anterior (https://www.beyondsoft.com/br/).

Ferramenta une Tokens RWA e IA

A BlockBR está intensificando seus esforços com a criação de uma squad de Inteligência Artificial (IA) aplicada à sua ferramenta Station, que vai se tornar a primeira do tipo no Brasil a unir tokens RWA e IA. O avanço visa capacitar assessores de investimentos para desempenhar o papel de estruturadores de ativos de forma autônoma, sem a necessidade de intermediação. A expectativa é que, até o final de 2025, mais de 400 assessores de investimentos utilizem a ferramenta como estruturadores autônomos (www.site.blockbr.com.br).

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

Responsável: Lilian Mancuso

Editorias Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterariaralph.com.br); Comercial: comercial@netjen.com.br; Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza. Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 - Vila Mariana - São Paulo - SP - CEP: 04128-080 Telefone: (11) 3106-4171 - E-mail: (netjen@netjen.com.br) Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90 JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003) Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

ISSN 2595-8410