



UMA DAS DATAS MAIS IMPORTANTES

DIA DAS MÃES: UMA DATA LUCRATIVA PARA O VAREJO E UM CAMPO FÉRTIL PARA CIBERCRIMES

▶▶ Leia na página 8

Logística no e-commerce deve ir muito além de entregas de produtos

O comércio eletrônico já faz parte da vida de muitos brasileiros, que passaram a aderir ainda mais a essa modalidade do varejo na pandemia.

Segundo dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), a expectativa para este ano é de que o faturamento do e-commerce seja de R\$ 204,2 bilhões, contra R\$ 185,7 bilhões do ano anterior.

Nesse cenário de crescimento, os varejistas sabem que a satisfação do cliente é um pilar fundamental para o sucesso do negócio e isso torna evidente que a gestão da logística tem um papel crucial nesse processo.

No mercado altamente competitivo do comércio eletrônico, a velocidade da entrega desempenha um papel crucial na satisfação do cliente. Uma logística bem planejada e executada garante que os produtos sejam entregues no prazo estipulado, atendendo às expectativas dos clientes e aumentando sua confiança na marca.

Porém, o papel do transportador é muitas vezes subestimado, sendo visto apenas como prestador de serviço ou como um custo. Vital para o sucesso das empresas de comércio eletrônico, a logística atua como a espinha dorsal que sustenta todo o processo de compra online.

Ela não apenas garante que os produtos cheguem aos clientes de forma eficiente, mas também desempenha um papel estratégico na construção da confiança e na retenção de clientes. Dessa forma, fica claro que o transportador desempenha um papel crucial, não apenas como um mero executor de entregas, mas como um parceiro estratégico que pode agregar valor significativo à experiência de compra.

A importância do transportador como parceiro reside na sua capacidade de influenciar diretamente a percepção do cliente sobre a



marca. Uma entrega rápida, segura e eficiente é muitas vezes o último contato do cliente com a empresa, e uma experiência positiva pode reforçar a lealdade e incentivar compras futuras.

Por outro lado, atrasos ou danos durante o transporte podem resultar em insatisfação e perda de confiança. Ao reconhecer os transportadores como parceiros estratégicos, as empresas podem trabalhar em conjunto para otimizar processos, reduzir custos e melhorar a eficiência operacional.

Isso pode incluir a implementação de sistemas de rastreamento avançados, o desenvolvimento de estratégias de roteamento mais eficientes e, futuramente, a utilização de tecnologias inovadoras, como drones e veículos autônomos, para melhorar a velocidade e a precisão das entregas.

Claro que também não posso deixar de mencionar que a colaboração entre empresas e transportadores pode reduzir custos e aumentar a eficiência, o que é especialmente relevante em um mercado cada vez mais competitivo como o varejista, em que agilidade e preço são elementos fundamentais.

O gerenciamento eficiente de estoques, a otimização de rotas de entrega e o uso de tecnologias avançadas, como sistemas de

rastreamento em tempo real e análise de dados, permitem uma utilização mais eficaz dos recursos e uma redução significativa nos custos de transporte e armazenagem.

Uma logística eficiente viabiliza um processamento rápido de pedidos, gerenciamento mais eficaz do inventário e a redução de custos operacionais. Isso se traduz, na ponta, em preços competitivos e prazos de entrega mais curtos, o que é crucial para satisfazer as expectativas dos consumidores.

É preciso ficar claro que o transportador não deve ser visto como um simples custo operacional. A logística não é apenas sobre o transporte de produtos, é uma parte integrante da estratégia de negócios que afeta a experiência do cliente, a eficiência operacional e a posição competitiva da empresa no mercado de e-commerce.

Ao ser visto como um parceiro, o transportador contribui significativamente para aprimorar a experiência de compra dos clientes. Esta parceria não só fortalece a imagem da marca, mas também impulsiona o crescimento sustentável das empresas de e-commerce e varejistas, criando um ciclo virtuoso de satisfação e fidelidade do cliente.

(Renata Cavalcanti é head de vendas na BBM Logística - <https://www.bbmlogistica.com.br>.)

Negócios em Pauta

Foto: Tânia Régio/ABR



Abimapi celebra 40 anos enquanto seus produtos registram R\$ 70 bi de faturamento

Em um marco significativo para a indústria alimentícia nacional, a Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (Abimapi) comemora quatro décadas de inovação, qualidade e contribuições para o paladar dos brasileiros, ao mesmo tempo em que registra o movimento de R\$ 70,464 bilhões de seus produtos em 2023. Este valor representa uma alta de 9,6% em relação ao ano de 2022, demonstrando uma tendência positiva para o setor este ano com uma expectativa de aumento de 8% a 10% de faturamento e de 3% a 5% em volume de vendas. Os dados são resultado de um levantamento feito pela NielsenIQ, encomendado pela associação, que analisou o desempenho dos produtos que compõem a Cesta Abimapi de janeiro a dezembro de 2023. A pesquisa revelou ainda que 5 milhões de toneladas dos produtos da Cesta Abimapi penetraram nos lares brasileiros em 2023. A farinha de trigo doméstica foi a que registrou a maior alta de volume vendido, com um aumento de 10,7%, seguida pelos bolos industrializados (4%) e pães industrializados (3%).

▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

AI/TXM Methods



Terceira edição de programa de aceleração de startups, o Desafix 3.0

@A Ciser, maior fabricante de fixadores da América Latina, o Hub #Colmeia, centro de inovação do Grupo H. Carlos Schneider e o Sebrae Startups lançaram o Desafix 3.0. O programa visa impulsionar startups em estágio inicial de maturidade (early-stage) para que possam acelerar seus negócios. As trilhas de conhecimento são desenhadas totalmente sob medida, definidas a partir de um diagnóstico inicial de maturidade, realizado com cada uma das startups selecionadas. As startups terão a oportunidade de interação com os executivos das empresas do Grupo H. Carlos Schneider e outras indústrias apoiadoras do programa. Com execução e metodologia proprietária da TXM Methods, o programa terá duração de cinco meses, em uma jornada totalmente gamificada e cocriativa, onde até 20 startups serão selecionadas para receber mentoria de profissionais e especialistas do mercado e do Hub #Colmeia, espaço colaborativo que fomenta a inovação e amplia conexões entre startups e indústrias (hubcolmeia.com.br). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Dicas para MEIs otimizarem a gestão e economizarem nos negócios

O MEI (micro e pequeno empreendedor), categoria empresarial criada para formalizar e legalizar pequenos negócios, teve quase 3 milhões de novos registros em 2023, permitindo a legalização de mais profissionais autônomos. ▶▶

Mais de 10% da população brasileira é da Geração Z, e mercado aposta nesse público

De acordo com o último censo do IBGE, a população brasileira entre 15 e 29 anos passa de 21,1 milhões. ▶▶

Sistemas de custeio em startups: estratégias práticas para o sucesso financeiro

Se você, como empreendedor ou gestor de uma startup, está lutando para implementar sistemas de custeio, seja o custeio variável ou por absorção, não está sozinho. ▶▶

Lei do Bem: como uma boa contabilidade pode ajudar na restituição fiscal?

Todo empreendedor deseja ver seu negócio se tornar uma verdadeira referência inovadora no mercado – mas, atingir esse êxito não é uma tarefa fácil. Para ajudá-los nessa meta, no Brasil, a Lei do Bem é um dos maiores fomentos à inovação empresarial, a qual prevê a concessão de benefícios fiscais àquelas que investem nessa estratégia como parte integral de suas ações. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes



▶▶ Leia na página 4