

22/04/2025 - No comércio eletrônico, quanto mais rápido, melhor – Revista Logística – Valor Econômico

Para acelerar processos, plataformas de e-commerce investem em tecnologia e novas instalações em pontos estratégicos do país

Por Katia Simões, para o Valor

Os números do e-commerce brasileiro não param de avançar. Em 2024, foram processados 414,86 milhões de pedidos, que geraram um faturamento de R\$ 204, 27 bilhões, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm). Em 2023, as cifras foram menores: 395,11 milhões de pedidos e faturamento de R\$ 185,7 bilhões. Nesse mercado em crescimento e altamente competitivo, que precisa atender ao desejo de velocidade cada vez maior dos consumidores, a logística deixou de ser pilar operacional para se tornar diferencial estratégico. “Se a empresa não está estruturada para entregar rápido, terá dificuldades para atrair compradores”, afirma Roberto Wajnszok, sócio-diretor da Gouvêa Consulting. “É fato que quem entrega mais rápido vende mais.” O vice-presidente da ABComm, Rodrigo Bandeira, vai além. “Não adianta ter o melhor produto, o melhor marketing, se a entrega peca”, adverte.

Não à toa grandes plataformas de e-commerce têm feito investimentos não só em novas instalações físicas em pontos estratégicos do país, mas também em tecnologia para acelerar processos, ganhar assertividade e diminuir custos. É o caso da Rappi, que transformou o Rappi Turbo – serviço de entregas ultrarrápidas em até dez minutos – em uma retail tech, com minicentros de distribuição e entrega de cestas de conveniência, com até 40 produtos, nos mesmos dez minutos.

“Com tecnologia proprietária conseguimos atingir 99,5% de assertividade, enquanto o índice médio do varejo é de 75%”, diz Bruno Callegari, diretor comercial do Rappi Turbo Brasil. “A mudança exigiu um salto no sortimento de 900 para quase quatro mil produtos,

com meta de chegar a seis mil até junho.” Com 25 mil pedidos/dia, a plataforma registrou aumento de 75% nas vendas dentro da mesma loja no primeiro trimestre de 2025, em relação ao mesmo período de 2024. Desde que começou a operar, em 2021, o Rappi Turbo já entregou 13 milhões de pedidos.

Operadora logística integrada com foco na América Latina, a Modern Logistics fez da inteligência artificial uma aliada importante na corrida contra o tempo. “Foram cerca de US\$ 3,3 milhões investidos em tecnologia, principalmente inteligência artificial, para desenvolver um sistema de informações parrudo de rastreabilidade de compra on-line”, diz o CEO da Modern Logistics, Cristiano Koga. “Com isso reduzimos o tempo médio de entrega nas regiões Sul e Sudeste em 17% e no Norte e Nordeste em 25%.” Com quatro aeronaves (Boeing 737-800) próprias, a companhia realizou 800 mil entregas no primeiro trimestre de 2024. O e-commerce responde por 35% do faturamento anual, na casa dos R\$ 400 milhões.

Bruno Tortorello, presidente da Jadlog, observa que o crescimento do e-commerce e a necessidade de entregas cada vez mais rápidas criaram uma nova exigência nas grandes cidades: a oferta de frete expresso. “A mudança pede capilaridade e uma gestão de rotas baseada em muita tecnologia”, diz. Especializada no transporte de cargas expressas fracionada, de até 30 quilos, a JadLog tem no e-commerce 75% do negócio. Em 2024, expandiu a frota em 30%, chegando a mais de seis mil veículos, entre caminhões, carretas e utilitários, além de usar a aviação comercial e cargueira. “São mais de 500 franquias e 17 filiais no Brasil realizando a entrega porta a porta”, diz Tortorello. “Ampliamos em 20% o número de rotas regionais para não saturar as saídas a partir de São Paulo e garantir agilidade. Só na região metropolitana são cerca de 900 pontos parceiros.”

Com uso de tecnologia, a Jadlog define os melhores pontos para concentração de cargas. Até abril de 2026 contará com um novo hub de distribuição, em Perus, com capacidade para 350 mil encomendas, que consumiu investimentos da ordem de R\$ 100

milhões. Com a operação azeitada, a companhia espera faturar R\$ 2 bilhões neste ano, 15% mais do que em 2024.

Foi também a fim de acelerar os prazos de entrega que a FedEx investiu em melhorias no serviço de fulfillment para e-commerce. O centro logístico de Cajamar (SP), o maior da empresa na América Latina, conta com dois quilômetros de esteiras automatizadas, com capacidade de processar três mil pedidos por hora. Segundo Gabriel Kayser, diretor de marketing e experiência do cliente, a infraestrutura permite separar os pedidos em até duas horas, com aumento de produtividade entre 99% e 200%, dependendo do perfil da carga. Atualmente são 50 filiais no país, 20 delas funcionando também como centro logístico. A empresa não revela quantos pacotes processa diariamente no Brasil. No mundo são 16 milhões.

Pesquisa da Capgemini revelou que 68% dos consumidores esperam entregas em até 24 horas, colocando pressão sobre transportadoras e varejistas para investir em eficiência logística. E nem mesmo os gigantes asiáticos escapam desse desafio. Com mais de um bilhão de produtos vendidos por empreendedores brasileiros na plataforma de janeiro a outubro de 2024, a Shopee – marketplace que conecta vendedores e consumidores – passou a entregar, em setembro de 2024, seus pedidos em até 24 horas. iniciativa foi simultânea à inauguração do primeiro centro de distribuição fulfillment no Brasil. “A entrega começa na coleta. É preciso ter um controle completo da jornada para entregar uma experiência de qualidade”, afirma Rafael Flores, head de malha e expansão logística da Shopee. “Fechamos 2024 com 12 CDs, 150 hubs logísticos de primeira e última milha e 30 mil motoristas parceiros.” Somam-se a esses números a ampliação das agências Shopee, que saltaram de 1.500 em 2023 para 2.500 no ano passado, e mais de 300 pontos regionais com parceiros logísticos – espaços em que os pacotes recebidos são apenas destinados à distribuição local.

O estudo What Matters, do Today’s Consumer, também da Capgemini, identificou que consumidores da geração Z estão dispostos a pagar 10% do valor do pedido pela entrega em dez minutos. Foi disposta a ganhar essa corrida que nasceu, em 2016, a Eu Entrego, plataforma logtech que conecta varejistas a uma rede de

entregadores autônomos para realizar entregas de última milha. “No ano passado, foram 12 milhões de entregas em 600 cidades, feitas por uma base ativa de mais de 200 mil entregadores parceiros”, revela Vinicius Pessin, fundador e CEO da Eu Entrego.

“Quanto mais rápida a entrega, maior o custo. O desafio está em otimizar as rotas e trabalhar com eficiência a aproximação do produto ao consumidor final.” Segundo Pessin, o quilômetro rodado custa em média entre R\$ 1 e R\$ 1,50. Quando a mesma rota otimiza três entregas, esse custo é dividido por três. “A logística se transformou na última fronteira da experiência do consumidor”, afirma.

A opinião é compartilhada por Luis Felipe Gamper, diretor da 99Entrega. “A entrega é parte crucial da experiência”, avalia. A fim de mitigar custo de operações e enxergando uma boa oportunidade na logística de transporte de carga, sobretudo de última milha, o 99App criou em 2021 a 99Entrega.

Porém foi apenas no ano passado, depois de arredondar muito bem a operação, que o serviço foi ampliado. “Criamos uma área dentro da companhia para cuidar da entrega de produtos. Também passamos a trabalhar com novas categorias de veículos para atender demandas de maior volume e peso”, diz Gamper. “Os resultados foram positivos. Crescemos 125% em 2024, em comparação ao ano anterior, considerando todas as frentes, isto é, carro, moto e frete.”

Hoje são os volumes que ditam a velocidade das mudanças, assim como o desejo do consumidor em ter o produto na mão em horas. Não há pesquisas sobre o impacto do aumento das operações de entrega na mobilidade urbana.

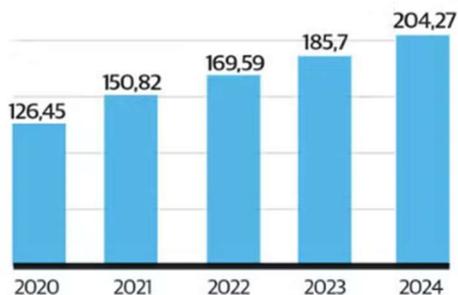
Dados da Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares (Abraciclo) revelam que a indústria produziu 1.748.317 motocicletas no ano passado, 11,1% mais do que em 2023. “A motocicleta se tornou um meio de inclusão de renda com o crescimento dos serviços de entrega”, diz Marcos Bento, presidente da Abraciclo.

PAPEL RELEVANTE

Evolução do setor entre 2021 e 2023

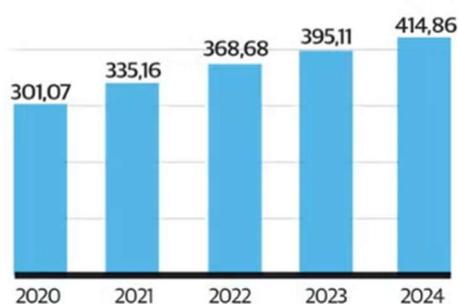
Vendas

Em R\$ bilhões



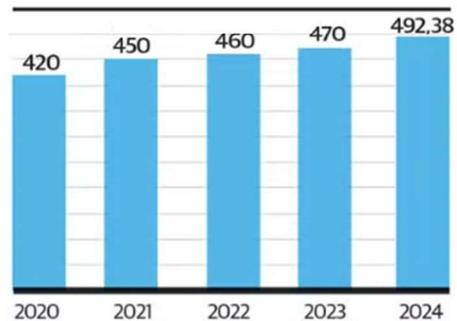
Pedidos

Em milhões



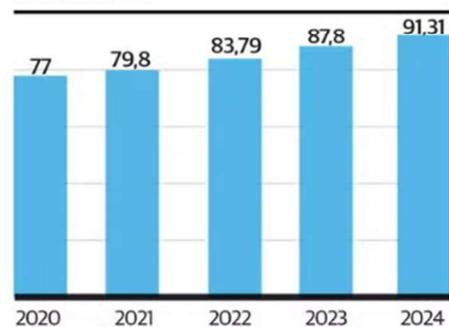
Tiquete médio

Em R\$



Compradores on-line

Em milhões



Fonte: ABCE

— Foto: Arte/Valor