



Desafios do
E-commerce

Projeto Desafio de Ecommerce



CATÁ
LISE



MINISTÉRIO DA
ECONOMIA



PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

Reconhecendo a crescente importância do comércio eletrônico na atividade econômica e admitindo a necessidade do poder público de atuar de forma a buscar uma participação mais equitativa de diferentes atores, a SEPEC e a Enap lançaram, em maio de 2021, três desafios de inovação aberta com o objetivo de encontrar soluções para alavancar o desenvolvimento do e-commerce nacional.

Tomando a melhoria do ambiente digital de negócios como ponto de partida, foram identificados três problemas que se sobressaem atualmente no contexto do comércio eletrônico:

- a) complexidade e custos elevados na atividade logística, em especial na identificação de veículos de transporte de carga que voltam vazios e encarecem a operação;
- b) barreiras nas entregas ao consumidor e na implementação de soluções de novas formas para ampliação da participação de pequenos e médios empreendedores no comércio eletrônico; e
- c) necessidade de simplificação das informações sobre a tributação de ICMS e obrigações acessórias envolvidas.

Dessa forma, foram criados 3 desafios de inovação aberta para identificação de soluções inovadoras de forma a melhorar a operação e a logística no comércio eletrônico:

Desafio 1

Otimização do Frete
de Retorno

Desafio 2

Novas formas
de entrega

Desafio 3

Simplificação da
Substituição Tributária
no ICMS

O Desafio contou com 38 equipes inscritas. Três equipes receberam o prêmio de R\$ 50 mil cada e 7 finalistas participaram de programa de aceleração de negócios. Como as soluções apresentadas pelas empresas que participaram da etapa de aceleração referem-se a temas logísticos, esta brochura irá trazer as principais lições relacionadas aos Desafio 1 e 2.

Desafio 1

Otimização do Frete de Retorno

Os participantes deste desafio foram estimulados a apresentar soluções que trouxessem visibilidade e acesso aos veículos de transporte de cargas que se deslocam vazios. Ou seja, buscou-se soluções para otimizar o frete de retorno, sobretudo as acessíveis para empresas de pequeno e médio porte: as mais prejudicadas com o problema hoje.

Entre os fatores essenciais no comércio eletrônico, a questão logística é o ponto de destaque, tendo em vista que grande parte da preocupação e receio dos consumidores quanto às compras online está relacionado à entrega, troca ou devolução do bem adquirido, já que nessa modalidade de compra, comumente, não há possibilidade de contato pessoal com o produto ou loja física.

Para realização dos fretes de retorno, é preciso que as transportadoras obtenham informações sobre o maior número possível de cargas. Como o mercado é constituído por milhares de embarcadores e transportadores, existe grande dificuldade para obtenção dessas informações.

Desafio 2

Novas formas de entrega

Os participantes desse desafio buscaram viabilizar novas formas de entrega, para ampliar a participação de pequenos e médios empreendedores no comércio eletrônico.

Em termos práticos, essas soluções podem ajudar a superar alguns desafios presentes nas entregas do e-commerce, tais como:

- Baixo volume de venda x Custo da entrega
- Restrições de horário ou indisponibilidade de pessoas para receber os pacotes
- Regiões que possam apresentar dificuldade de acesso (zonas rurais, regiões remotas, assentamentos urbanos, etc)
- Dificuldades para cumprir as condições de alguns serviços de fulfillment



Desafios do **E-commerce**

Panorama da Logística do e-commerce conforme entrevistas de 13 instituições durante o processo de elaboração dos desafios



MINISTÉRIO DA
ECONOMIA



PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

Durante a montagem das propostas de desafio, foram entrevistadas 13 instituições, incluindo associações de classe, operadores logísticos, empresas de e-commerce, marketplaces, consultorias tributárias, correios e Sebrae. As principais dificuldades apontadas pelos entrevistados encontram-se consolidadas a seguir:

- A maior parte do custo logístico das transações de e-commerce está no frete. Esse é um ponto nevrálgico da operação porque se refere ao custo e prazo de entrega, que são os temas mais sensível para o consumidor. As entregas do last mile, uma vez que são fracionadas, acabam encarecendo muito a operação logística.
- Para atender todo o país, as empresas de e-commerce precisam atuar com diversos transportadores. Para tanto utilizam sistemas que realizam leilões online de frete.
- Nos grandes centros é mais simples a entrega, já nas regiões mais periféricas a distribuição pode se tornar um grande desafio. O alto custo e longos prazos podem inviabilizar as operações. Há cidades do Brasil em que somente os correios conseguem atender as demandas do e-commerce.
- O crescimento da demanda do e-commerce, está ajudando no aumento da oferta dos serviços de transporte para as regiões mais remotas.
- Muitas empresas estão utilizando pontos de retirada em suas redes de distribuição, que podem estar localizados nos seus fornecedores, nos seus clientes e até em terceiros. Tais estabelecimentos aumentam suas vendas, uma vez que os clientes que vão retirar seus produtos acabam comprando itens vendidos nos pontos de retirada.
- Há um grande potencial para o crescimento da utilização de lockers, que podem ser usados para entregas em zonas de risco.
- Os pontos de retirada podem ser utilizados como locais para a devolução de produtos. De forma geral, as transações de devolução de e-commerce ocorrem por meio da utilização dos serviços dos correios.



Desafios do **E-commerce**

- Diversas empresas utilizam o crowdshipping para as entregas de última milha. O crowdshipping é um serviço de entrega que usa qualquer meio de transporte, como moto, bicicleta, patinete, carro, entre outros, substituindo os métodos habituais de entrega.





Desafios do **E-commerce**

Soluções apresentadas pelas equipes que participaram da fase de aceleração dos desafios



As propostas apresentadas no Demoday realizado em 16/03/2022, mostram:

- I) Oportunidades de novos negócios em regiões que atualmente tem comércio eletrônico mais tímido. atuação na região nordeste com objetivo de expandir suas operações para o interior do estado nordestino. Foco no comércio local, com possibilidade de conexão com grandes marketplaces, atendendo às especificidades regionais e promovendo negócios com estabelecimentos físicos desses locais.
- II) Uso de tecnologia nas operações. utilização de novas tecnologias nas suas operações, dentre elas está: uso de Inteligência artificial, geolocalização, leilões online para a busca do melhor frete. Tais tecnologias são fundamentais para o melhor aproveitamento do frete de retorno.
- III) Viabilização de novas formas de entregar. i) avanço de estoques por meio da utilização de centros de distribuição. Tais centros de distribuição têm como objetivo o atendimento rápido às necessidades dos clientes de determinada área geográfica; e ii) utilização de pontos de retirada - a integração de canais, que conecta rede de negócios offline ao online, por meio dos pontos de entrega, é promissora ao permitir que o benefício do crescimento do comércio eletrônico alcance também o comércio físico tradicional.



Desafios do **E-commerce**

Considerações Finais



MINISTÉRIO DA
ECONOMIA



PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL



Desafios do **E-commerce**

Com a conclusão do Projeto Desafios para o Ecommerce, a Coordenação-Geral de Ambiente de Negócios para o Setor de Comercio - CGPC/SANC considera importante destacar:

- I) As iniciativas apresentadas pelas equipes dos desafios mostram que é possível criar empresas em regiões distintas do país, ampliando negócios e gerando mais empregos em regiões com ecommerce tímido.
- II) O uso da tecnologia é fundamental para que as operações se tornem mais ágeis e eficientes, permitindo a redução de custos e prazo de entregas por meio da roteirização e do compartilhamento de cargas. A capacidade de entregar com capilaridade e no tempo e condições prometidas é um dos fatores que pode ditar o sucesso ou o insucesso no comércio eletrônico.
- III) Inclusão do varejo físico às operações de e-commerce por meio da utilização do modelo omnichannel com pontos de retirada em lojas que vendem presencialmente pode ser um elemento de sucesso. Além de receber pela prestação de serviços, há um aumento de fluxo de pessoas nos referidos estabelecimentos gerando aumento de receitas já que tais pessoas podem comprar os produtos das referidas lojas. Esse modelo de negócio mantém o comércio local ativo e gera tributos no estado de destino.
- IV) Novas formas de entrega podem gerar externalidades positivas no aspecto socioambiental como: menos trânsito, menor poluição e menos veículos pesados em circulação

Coordenação-Geral de Ambiente de Negócios para o Setor de Comercio -
CGPC/SANC

Adriana Azevedo Silva
Márcia de Fátima Lins e Silva
Marcos Lamachia Carvalho
Marcos Rafael Gonçalves Gonçalves
Raquel Rezende Abdala