

## OS DESAFIOS LOGISTICOS DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Fabiana Rubim Cintra  
Murilo Rodrigues da Silva  
Patrick Beirigo Andrade

### RESUMO

Este artigo tem o objetivo de expor os principais problemas que o comércio eletrônico possui no sistema logístico utilizado atualmente. Descreve os conceitos básicos de logística e *e-commerce* (comércio eletrônico) aborda como funciona o sistema logístico: distribuição, planejamento de estoque, flexibilidade de entrega e o caminho inverso do produto, logística reversa. E como a logística pode criar valor perante o cliente desenvolvendo um serviço eficaz.

Palavra – Chave: Logística; Logística Reversa, Comércio Eletrônico.

### INTRODUÇÃO

A Logística, atualmente, é um fator determinante na capacidade competitiva nas empresas. Com a evolução da internet, os sites de comércio começaram a crescer e a necessidade de oferecer um diferencial passou a ser ponto chave. Para o sucesso das lojas virtuais, as empresas precisam investir fortemente nos processos logísticos na gestão de estoques, entregas ao cliente, rastreamento do pedido e logística reversa (para cuidar das devoluções dos clientes). O não investimento nos processos logísticos poderá fazer com que todos os investimentos realizados em outras áreas do comércio eletrônico sejam anulados por uma entrega fora do prazo, por uma falta de informação sobre o status do pedido ou por uma falta de processo de devolução do cliente para a empresa.

Atualmente, com a crescente conscientização dos consumidores, os avanços tecnológicos e a influência cada vez maior da internet por meio do comércio eletrônico, a distribuição passa a ser ponto chave e de grande atenção para as empresas que querem se destacar num mercado altamente competitivo, pois ela pode significar a conquista ou a perda definitiva do cliente. Não basta as empresas oferecerem um produto ou serviço de alta qualidade se a entrega desses for feita em condições precárias, frustrando as expectativas do cliente. Um serviço eficaz ao cliente é adquirido por meio dos sistemas logísticos que permitam a entrega do produto dentro dos padrões exigidos pelo cliente. Receber o produto dentro do prazo prometido, entregue no local correto e embalado adequadamente para que não sofra danos no transporte, são princípios básicos de uma distribuição bem elaborada num sistema logístico.

Com base nestas exigências dos clientes abordaremos os principais pontos e desafios que a logística deve se preocupar para oferecer um serviço de qualidade e eficientes para seus clientes e consumidores.

## **OS DESAFIOS LOGISTICOS DO COMÉRCIO ELETRÔNICO**

A logística existe desde início do século III a.c, na Grecia, e tinha o conceito da arte de calcular por isso a origem da palavra logistica vem do grego **LOGISTIKOS** que significa cálculo e raciocínio matemático. A logística existe em todo o mundo e é realizada a todo momento 24 horas por dia em todos os dias do ano.

Segundo historiadores, a logística começa a se desenvolver com as atividade militares que envolviam as guerras da epoca, era conhecida como a arte de movimentar os exercitos, cuidar da sustentação das tropas, suporte e preparativos administrativos etc. Porem o grande marco da logistica ocorre no inicio do século XVII, na França onde foi introduzida pela primeira vez ao mundo o conceito de logistica na guerra : Parte da arte da guerra que trata do planejamento e organização do alojamento, equipamento, transporte de tropas, produção, distribuição, manutenção e transporte de material bélico e de outras atividades não combatentes relacionadas (definições do Dicionário Contemporâneo da Língua Portuguesa Caldas Aulete).

A logística foi reconhecida academicamente no inicio do século XIX e começou a ser introduzida nas organizações como uma ferramenta estratégica e sofreu algumas alterações no conceito original. No Brasil as primeiras atividades logísticas iniciam-se no inicio da década de 80, logo após a explosão da Tecnologia da informação. A partir de 1994 com a evolução da informática e da T.I ( Tecnologia de Informação ) , cria-se softwares eficazes para o gerenciamento de entregas, surge o código de barras como um fator inovador e de grande importância no controle de mercadorias e a logística começa a ganhar destaque.

Atualmente a logística é conhecida como uma área de gestão responsável pelo transporte, movimentação de materiais, armazenagem, distribuição, processamento de pedidos , gerenciamento de informações. O objetivo da logística é disponibilizar produtos e serviços para os clientes no momento certo exatamente quando são desejados e criar valor para o cliente pelo menor custo.

A logistica tambem lida, alem de bens materiais, com o fluxo de serviços, uma área com crescentes oportunidades de aperfeiçoamento. Essa definição sugere igualmente ser a logistica um processo, o que significa que inclui todas as atividades importantes para a disponibilização de bens e serviços aos consumidores quando e onde estes quiserem adquiri-los.(Ballou, 2006)

Hoje percebemos que a logística adquiriu seu espaço na gestão de uma empresa e se torna um fator competitivo e muitas vezes desafiador para as empresas, com um mundo globalizado as exigências crescem e há uma grande necessidade de competitividade, eficiência, qualidade de produtos, distribuição a custos proporcionais e ainda estar prontos para seguir as mudanças do mercado. Quando todas as empresas buscam disponibilizar seus produtos ao consumidor final, de maneira competitiva e eficiente, no local e momento certo, a logística se torna um fator essencial à sobrevivência das organizações.

Um outro segmento de atuação da logística esta ganhando importancia nos ultimos anos e preocupando os profissionais desta area, trata-se do caminho inverso da logistica ou seja a Logistica Reversa.

Enquanto a logistica é responsavel pelo fluxo de saida de produtos a Reversa tem que se preocupa com o retorno deste produto.

Entendemos a logistica reversa como a area da logistica empresarial que planeja, opera e controla o fluxo e as informações logisticas correspondentes, do retorno dos bens de pós-venda e de pós-consumo ao ciclo de negócios ou ao ciclo produtivo, por meio dos canais de distribuição reversos, agregando-lhes valor de diversas naturezas: econômico, ecológico, legal, logístico, de imagem corporativa, entre outros".(LEITE, 2003, p 16).

Os canais de distribuição reversos são: de pós-consumo e de pós-venda, com foco neste artigo analizaremos a categoria de pós-venda.

A logistica reversa de pós-venda preocupa-se com o planejamento, operação, controle fisico e de informações correspondentes a bens de pós-venda geralmente sem uso ou com pouco uso, são produtos devolvidos pelos clientes devido a erros operacionais, avarias, insatisfação com o produto, defeitos, atraso na entrega.

Esta categoria de logistica reversa de pós-venda é muito utilizada no comércio eletrônico, uma vez que os clientes não visualizam os produtos pessoalmente o indice de devoluções pode aumentar e o fato da entrega na maioria das vezes ser terceirizada as avarias no transporte aumentam o que ocasiona devoluções e trocas de mercadorias.

A logistica ganha um papel importante e desafiador a partir do crescimento do comércio eletrônico via *web* que começa a ter aceitação dos clientes no final dos anos 90.

Comércio eletrônico (ou *e-commerce*) é o nome que se dá ao "conjunto de processos nos quais clientes, empresas, parceiros de negócios, instituições financeiras, operadores logísticos e instituições governamentais, entre outros, transacionam via tecnologia baseada em internet" (Silva, 2000).

No comércio eletrônico, o fornecedor cria uma loja virtual onde expõe todos os produtos que deseja vender através de imagens, descrição, preços, formas de pagamento. Já o consumidor visita esta loja virtual e procura os produtos de seu

interesse e que supram suas necessidades. Todo o processo de compra (escolha do produto, cadastro, pagamento, emissão de nota fiscal) é feito virtualmente, a partir do momento que o pedido entra no sistema da loja inicia-se o processo de preparação e envio do produto para o cliente. E é a partir deste ponto que a logística começa a torna-se um fator desafiador e importante para o sucesso do *e-commerce*.

Os principais desafios estão relacionados à eficiência no planejamento de estoques, distribuição física dos produtos, coletas, entre outros itens relacionados a logística no varejo virtual. Para atender as necessidades dos consumidores a logística deve desempenhar o papel de entregar o produto certo, no lugar certo, em perfeitas condições, ao menor custo, quanto mais ágeis forem as entregas, prazos e qualidade do produto entregue maiores as chances de sucesso.

A eficiência no planejamento de estoques esta diretamente ligada a demanda de venda do comercio eletrônico, um planejamento deficiente gera pedidos cancelados por falta de produto em estoque, atrasos na entrega, aumenta o índice de reclamações dos clientes e a imagem da loja fica arranhada no mercado, esses problemas acontecem porque a empresa vendeu um produto que na verdade não tem em estoque a solução dada para os clientes são: aguarda a chegada do produto, oferecer um produto similar sem que seja necessário o pagamento da diferença e em ultimo caso o cancelamento da compra. Todos esses problemas poderiam ser reparados se as empresas fizessem um planejamento eficiente de estoques, a maioria delas trabalha com estoque zero e como o procedimento de compra é online são varias pessoas conectadas ao mesmo tempo, geralmente acontece de dois ou mais clientes comprar um produto igual ao mesmo tempo e na verdade existe uma unidade em estoque.

A distribuição dos produtos começa desde a separação em estoque até o momento que o produto chega na casa do cliente. O manuseio de separação do produto requer cautela e atenção pois o produto tem que estar condições originais de fabrica e ser exatamente o produto solicitado pelo cliente obedecendo a seleção de cor, voltagem, modelos, tamanhos. Após a seleção o produto é entregue para a transportadora e encaminhada para o cliente. A distribuição é feita pelo sistema um para muitos, ou seja, o veiculo é carregado no Centro de Distribuição (CD) e encaminhado para vários clientes em endereços diferentes. Quando o produto é de grande porte o produto segue por transportadora que na maioria das vezes é terceirizada, quando se trata de um produto de pequeno porte é enviado pelo correios através SEDEX.

A flexibilidade da entrega é outro ponto importante, os clientes que compram pela internet são mais exigentes, e em alguns casos são pessoas que não tem tempo de ir até a loja física para realizar sua compra, a maior exigência dos clientes é o agendamento das entregas, neste ponto a logística tem que desenvolver um planejamento extremamente preciso e deve ser flexível, pois vários clientes deixam seu trabalho somente para receber o produto.

Além de todo este processo de distribuição do produto, existe o caminho inverso, a logística reversa de pós-venda, freqüentemente deparamos com

notícias e relatos de compras mal sucedidas pela *internet* entregas fora do prazo, mercadorias extraviadas, produtos avariados, coleta de devoluções e cancelamentos de pedidos. A partir do momento que o cliente recebe o produto e identifica algum dano no produto o mesmo é orientado a recusar a entrega para que ocorra o refaturamento, e enviado um novo produto para o cliente, neste caso o produto danificado é de responsabilidade da transportadora. Quando o cliente recebe o produto e identifica um erro operacional ou defeito de fábrica do produto é necessário embalar o mesmo e é feita a coleta e envio de outro produto, este procedimento é de responsabilidade da loja sem custos adicionais para o cliente. O produto devolvido é analisado para verificar se voltou com os acessórios, manual, termo de garantia. Caso falte qualquer item que conste na nota fiscal o produto é devolvido para o cliente sem consulta prévia, se o produto tiver indício de mal uso também é devolvido. Se todos os procedimentos estiverem corretos a troca segue normalmente.

Segundo o Órgão de Defesa do Consumidor as empresas de *e-commerce* têm o prazo de 30 dias para efetuar a troca para o cliente a partir do primeiro contato relatando o ocorrido, a empresa coleta, analisa e depois envia um novo produto.

O principal valor da logística é atender as exigências dos clientes de forma eficaz, e dessa forma contribuir para a satisfação do cliente, para atender as necessidades dos clientes, a logística deve identificar e priorizar todas as exigências logísticas dos clientes tão bem quanto os concorrentes e ser melhor que eles.

Segundo (BOWERSOX, 2007) “ Em programas básicos de serviço ao cliente, o foco normalmente se encontra nos aspectos operacionais da logística e em garantir que a organização é capaz de fornecer os sete certos a seus clientes: a quantidade certa do produto certo no momento certo no local certo nas condições certas pelo preço certo com a informação certa”.

Os serviços logísticos devem ser realizados corretos na primeira tentativa , não é suficiente entregar um pedido completo se a entrega atrasar, não é suficiente entregar um pedido completo pontualmente mas com uma nota fiscal errada ou entregar o produto avariado.

Atualmente o principal desafio dos gerentes de logística é atingir o defeito zero, esse objetivo ainda vai demanda muitos planejamentos. Conseguir chegar ao defeito zero no processo logístico será uma missão difícil, pois a logística abrange várias funções que envolvem muitos processos e que como qualquer outra esta sujeito a erros. Bowersox ( 2007, p 58) diz que um modo de elevar o desempenho logístico para pelo menos perto de defeito zero é utilizar uma combinação de alianças com clientes, tecnologia da informação, estratégias de adiantamento, estratégias de estoques de produtos, transporte de alta qualidade e programas de seletividade para ajustar os recursos logísticos as solicitações essenciais dos clientes. Por agora, é suficiente dizer que as empresas que alcançam um excelente serviço logístico ao cliente estão bastante conscientes do desafio relacionado a atingir o defeito zero. Por terem pouca tolerância a erros, em conjunto

com um compromisso de resolver quaisquer discrepâncias que ocorram, tais empresas podem obter vantagem estratégica sobre seus concorrentes.

## **CONCLUSÃO**

Que a logística é o fator essencial para o sucesso das empresas ponto.com ficou bem claro e também que o gerenciamento desta área é um segmento desafiador por se tratar de um procedimento diferente dos já conhecidos atualmente onde requer muito planejamento, eficiência, eficaz e competitividade frente aos concorrentes.

Deixar os concorrentes passarem a sua frente com novas tecnologias de produção, vendas, informação e logística, é o mesmo que decretar a falência da empresa. A logística deve ser usada como mecanismo de concorrência frente ao novo mercado global. O gestor dessa nova era deve estar atento as grandes mudanças de cada setor da economia, pois a logística deixou de ser um mito e passou a ser uma grande fonte de competitividade.

## **BIBLIOGRAFIA**

NOVAES, Antônio Galvão. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição. 4º ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

LEITE, Paulo Roberto. Logística Reversa: meio ambiente e competitividade. 1ºed. São Paulo : Prentice Hall, 2003.

BOWERSOX, Donald J. CLOSS, David J. Logística Empresarial : o processo de integração da cadeia de suprimento. 1º Ed. São Paulo : Atlas, 2001.

BOWERSOX , Donald J. CLOSS, David J. COOPER, M. Bixby. Gestão da Cadeia de Suprimentos e Logística.2º Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ALBERTINI, Alberto Luiz. Comércio Eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. 3º Ed. São Paulo: Atlas, 2001.