



ABCOMM

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE COMÉRCIO ELETRÔNICO

Pesquisa Logística no E-commerce Brasileiro 2015

Mauricio Salvador
Presidente

A importância da logística no e-commerce torna-se cada vez maior frente aos novos desafios e ao aumento de competitividade entre lojas virtuais brasileiras.

A ABComm, comprometida com a qualidade do setor e na defesa da competitividade de seus associados, realizou a segunda onda da pesquisa: Logística no E-commerce Brasileiro.

A primeira onda foi feita em junho de 2013.

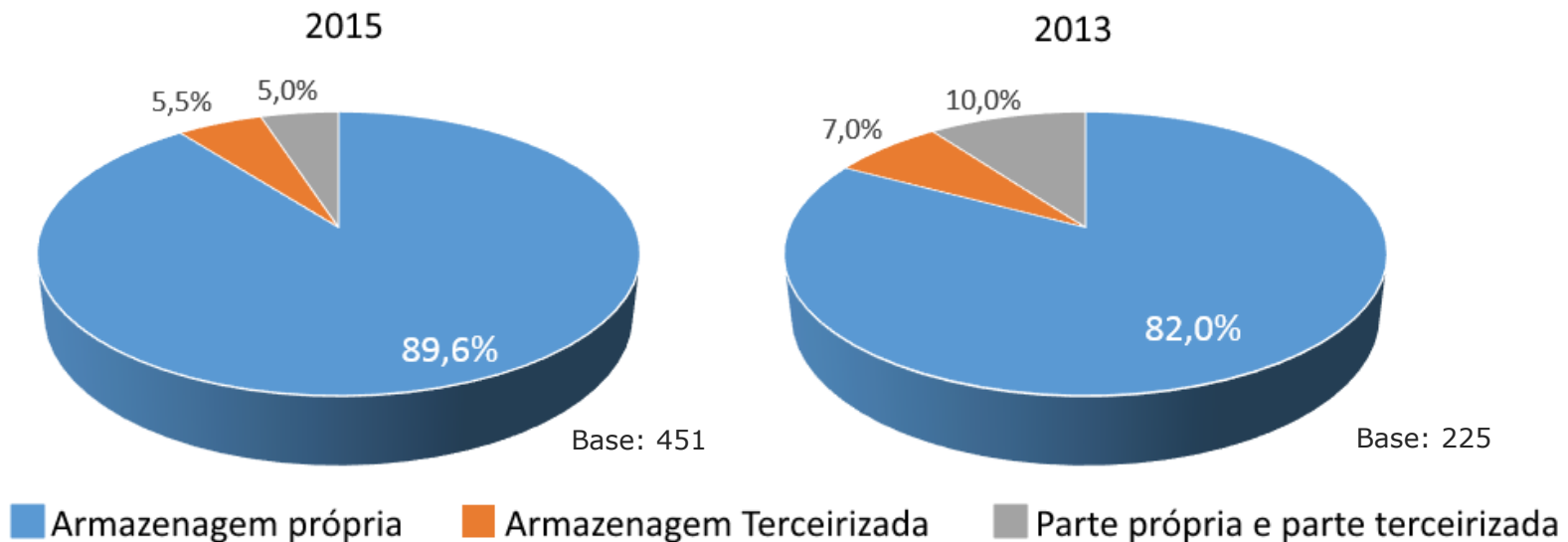
A pesquisa considerou três pontos da logística: Armazenagem, Transportes e Manuseio.

- Foram coletados 451 questionários válidos online entre 17 e 27 de agosto de 2015
- A amostra é composta por empresas de varejo de bens de consumo e os resultados ponderados de acordo com o porte da empresa.
- Considerando um Universo de 13,5 mil lojas virtuais ativas no Brasil*, a Margem de Erro da pesquisa é de 6% com Grau de Confiança de 95.
- A pesquisa foi feita pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico com apoio da Brazil Panels e ComSchool.

* Fonte: ABComm, 2015

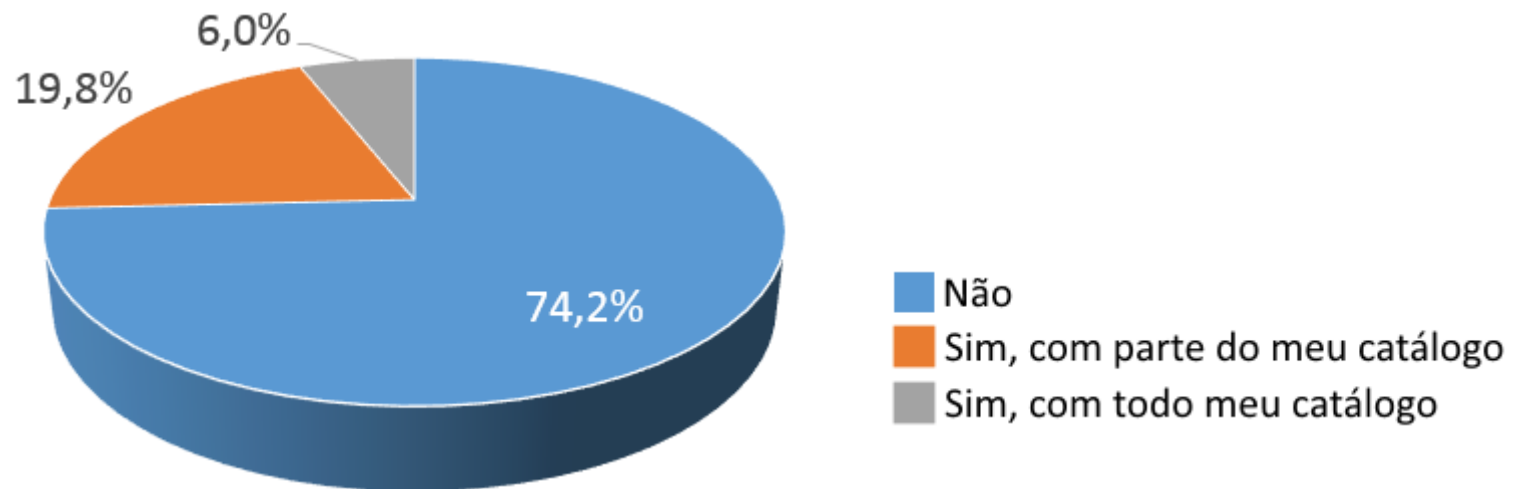
Houve crescimento de lojas virtuais com armazenagem própria. 89,6% das lojas entrevistadas tem armazenagem própria, contra 82% em 2013. Custo mais baixo e maior controle sobre a operação são as principais vantagens. Baixa elasticidade em datas sazonais e menor poder de barganha com transportadoras são as desvantagens. Empresas com armazenagem terceirizada, conseguem operar a partir de outros estados, se aproveitando de incentivos fiscais.

Como é a estrutura da sua operação de armazenagem?



Na segunda onda da pesquisa incluímos uma pergunta para avaliar o volume de lojas virtuais que trabalham com estoques consignados (drop shipping). Essa modalidade deve ser tendência em tempos de crise.

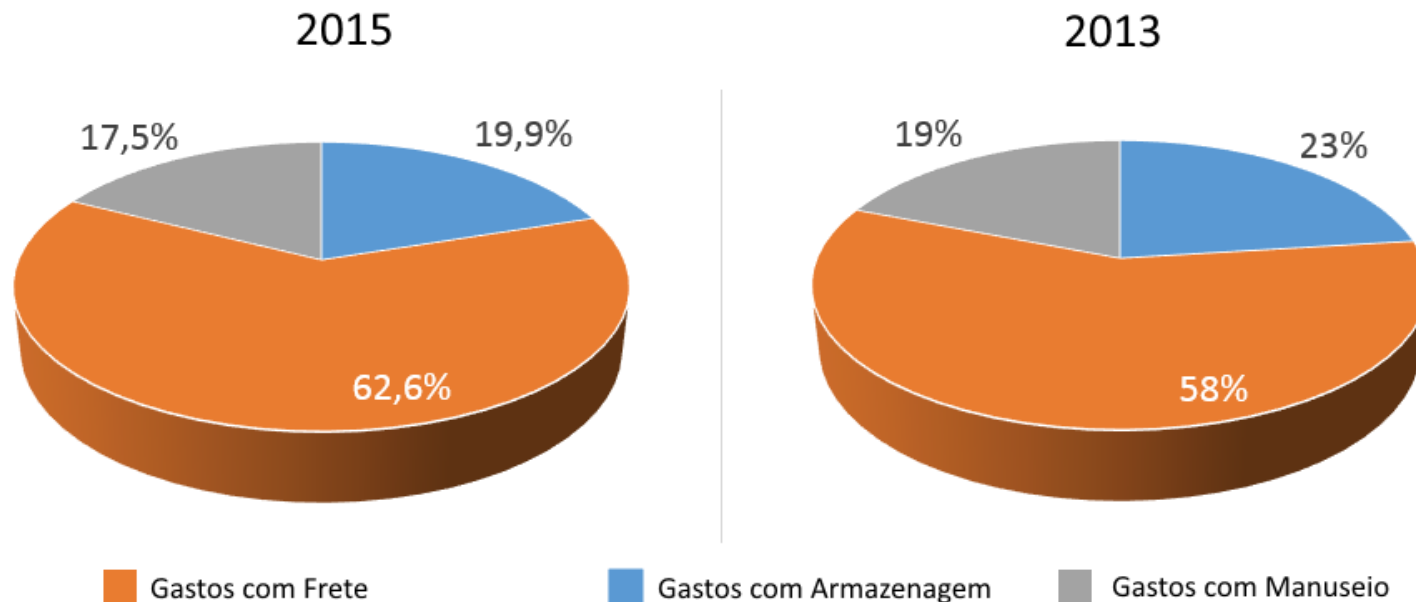
Você usa estoque compartilhado com fornecedores?



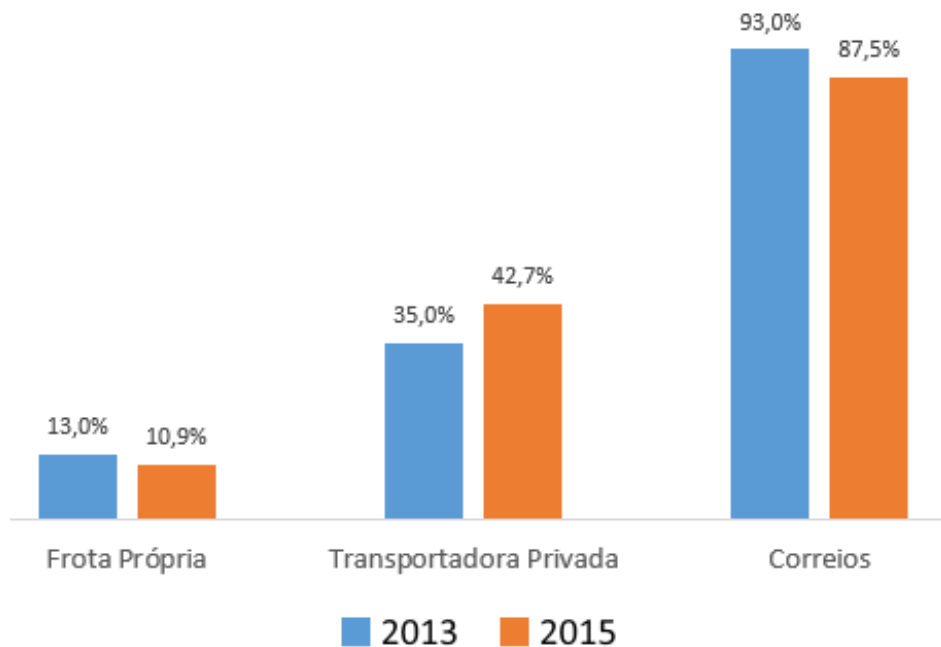
Fonte: ABComm, Brazil Panels e ComSchool

O frete ainda é o maior responsável pelos custos logísticos no e-commerce, com 62,6%. A participação desse custo aumentou em relação a 2013, quando era de 58%. Investimentos em automação e capacitação, trazem mais performance no manuseio e consequente redução de custos.

Qual a participação dos custos logísticos no seu negócio?



Que o tipo de frota sua empresa utiliza?

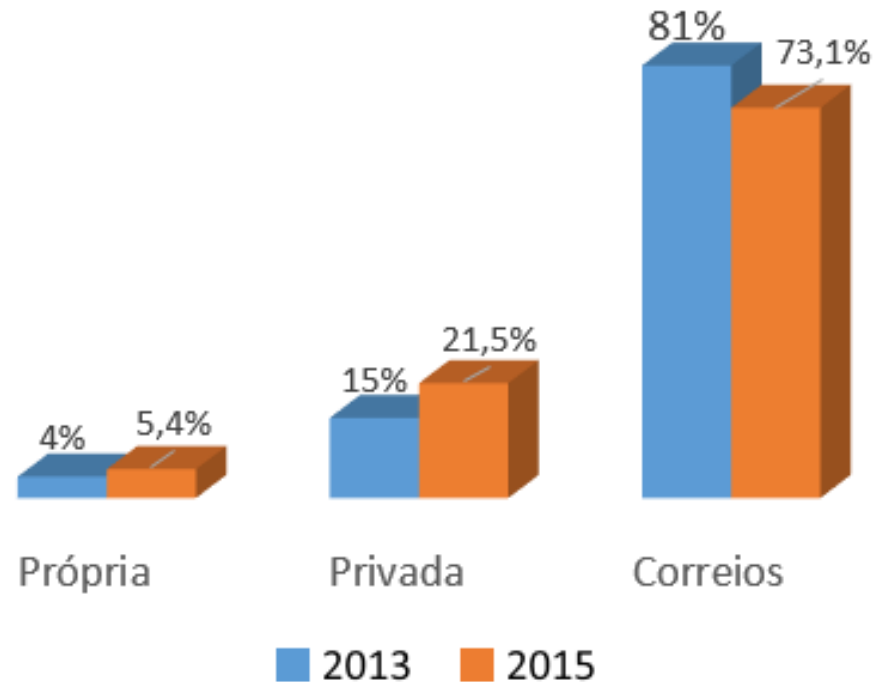


Fonte: ABComm, Brazil Panels e ComSchool

OBS: Múltipla resposta. Permite que a soma seja maior que 100

Houve um aumento de lojas virtuais utilizando transportadoras privadas em detrimento ao uso dos Correios. O uso de frota própria também apresentou queda entre as lojas virtuais.

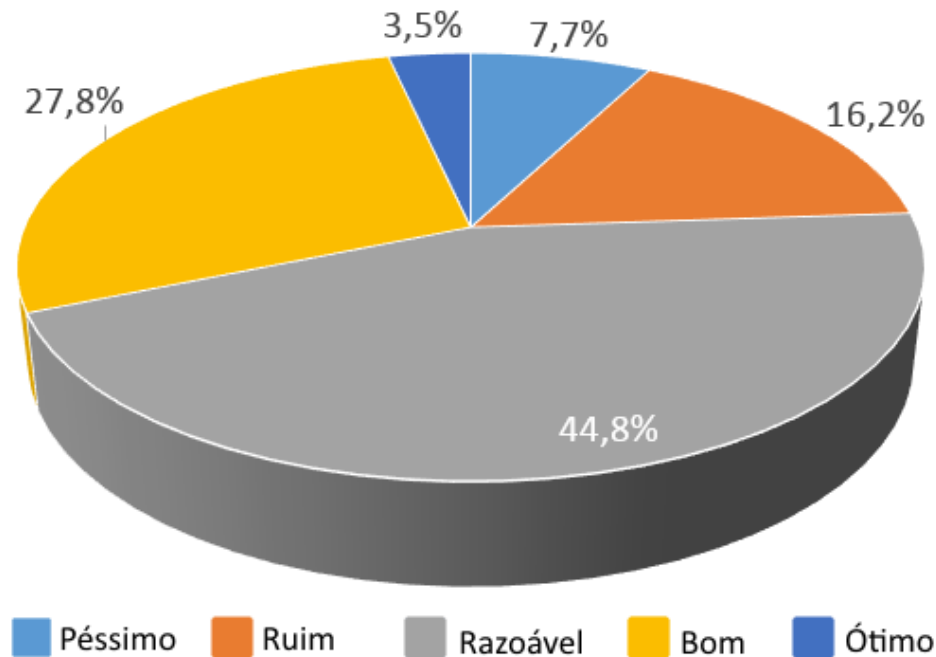
Qual a participação das transportadoras no seu negócio?



Fonte: ABComm, Brazil Panels e ComSchool

Os Correios continuam tendo papel fundamental no comércio eletrônico nacional, representando em média 73,1% das encomendas transportadas. Quando analisamos empresas com faturamento acima de 10 milhões/mês, esse percentual diminui para 65%.

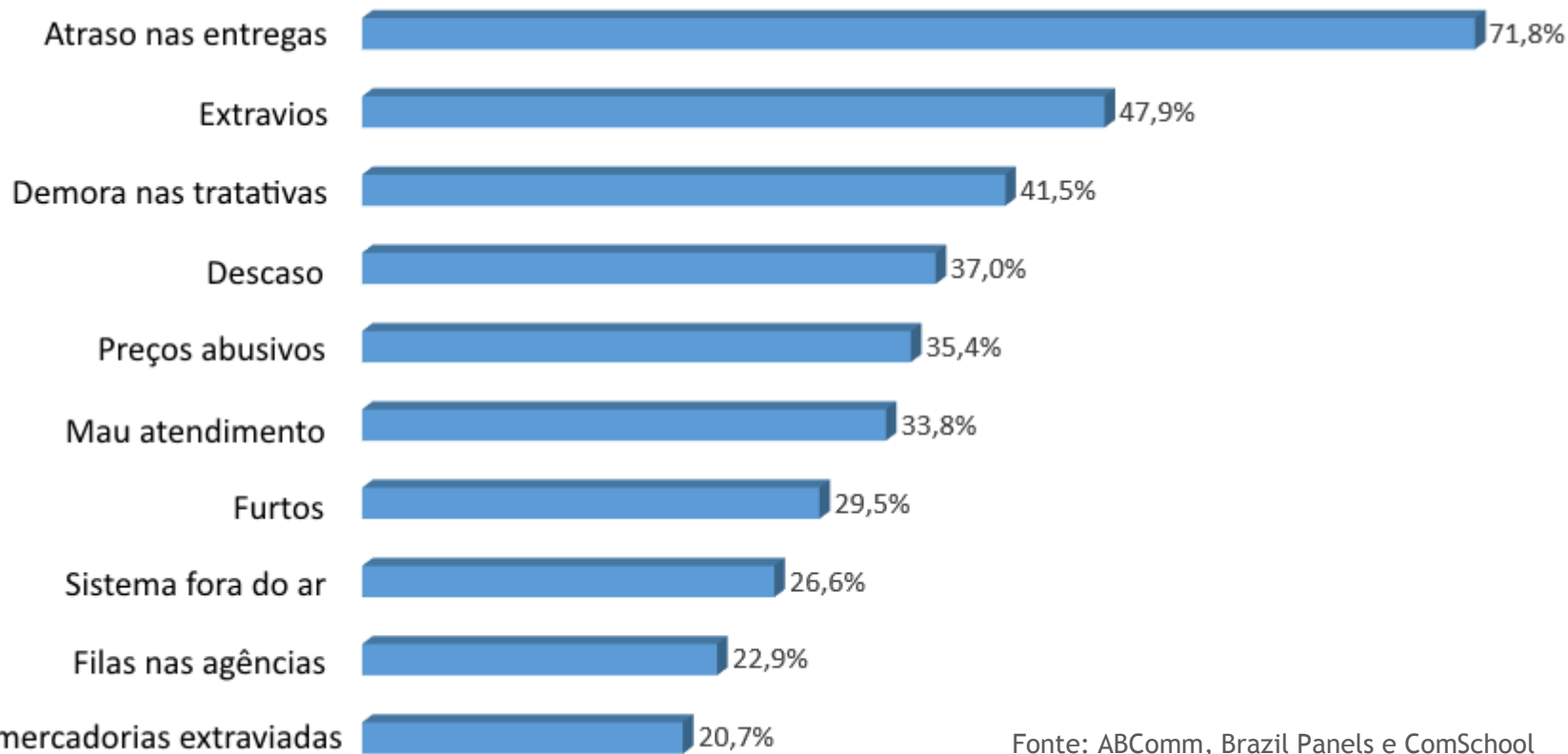
Como você considera o nível de serviços dos Correios?



Fonte: ABComm, Brazil Panels e ComSchool

Quando perguntados sobre o nível de serviços, os lojistas virtuais demonstram um alto grau de insatisfação com a empresa pública. Um em cada quatro lojistas (23,9%) respondeu que o nível de serviços é ruim ou péssimo.

Quais os principais problemas enfrentados com os Correios?

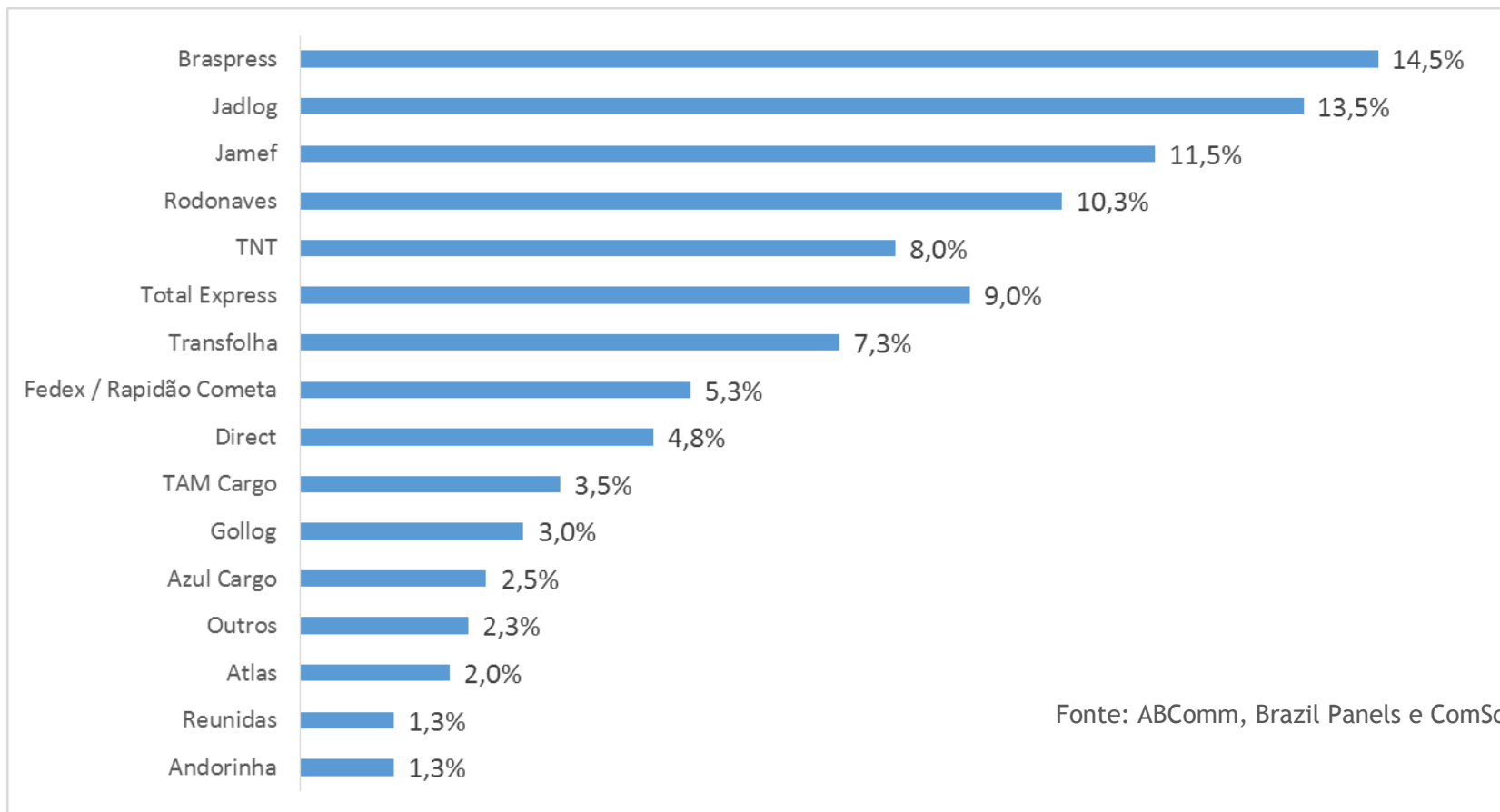


Fonte: ABComm, Brazil Panels e ComSchool

O principal problema enfrentado pelas lojas virtuais frente aos Correios é o atraso na entrega. A demora e o mau atendimento também aparecem em destaque. Outro problema grave é a falta de segurança: furtos e extravios ocorrem com frequência.

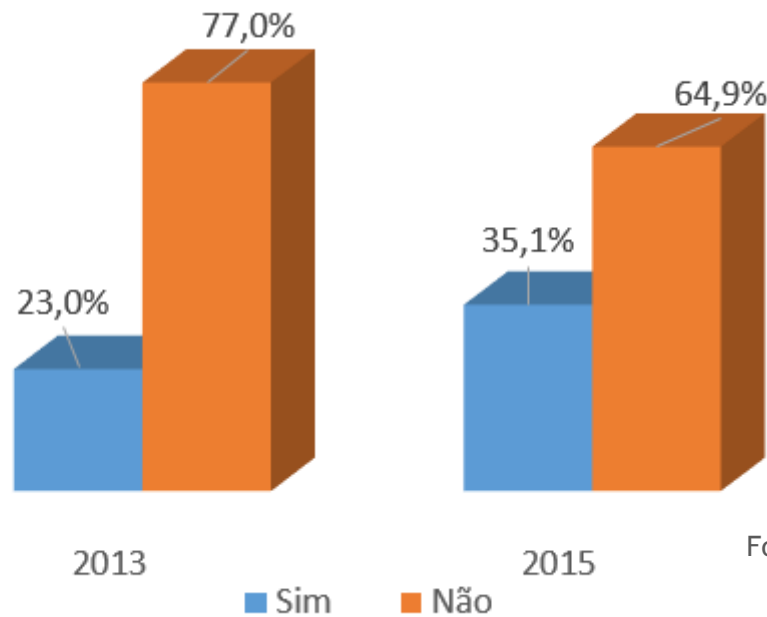
Considerando as lojas virtuais que contratam os serviços de transportadoras privadas, elas utilizam em média três transportadoras diferentes.

Quais as principais transportadoras privadas que você utiliza?



Fonte: ABComm, Brazil Panels e ComSchool

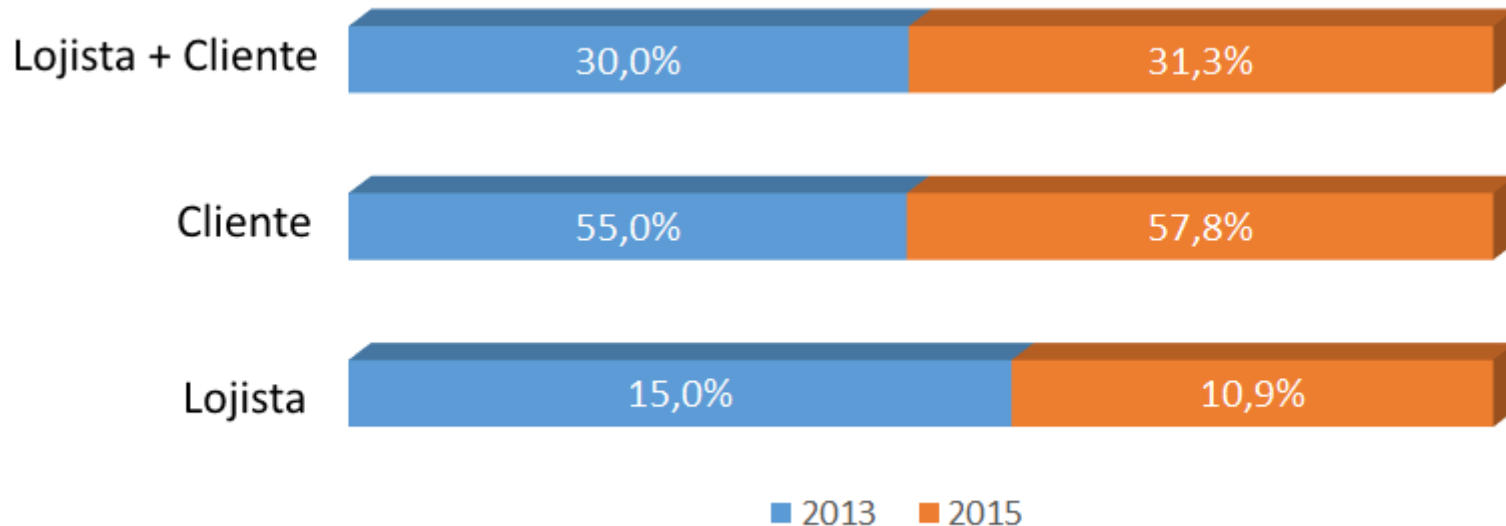
Você utiliza diferentes transportadoras por regiões?



Fonte: ABComm, Brazil Panels e ComSchool

Em relação a 2013, aumentou o número de lojas virtuais que contratam transportadoras de acordo com a região da entrega. Isso mostra o amadurecimento do mercado em trabalhar com diferentes empresas, numa estratégia de transportes. Ao criar tabelas de fretes separando transportadoras por região, a loja virtual reduz custos e aumenta a qualidade dos serviços prestados aos seus clientes.

Quem paga o valor do Frete?

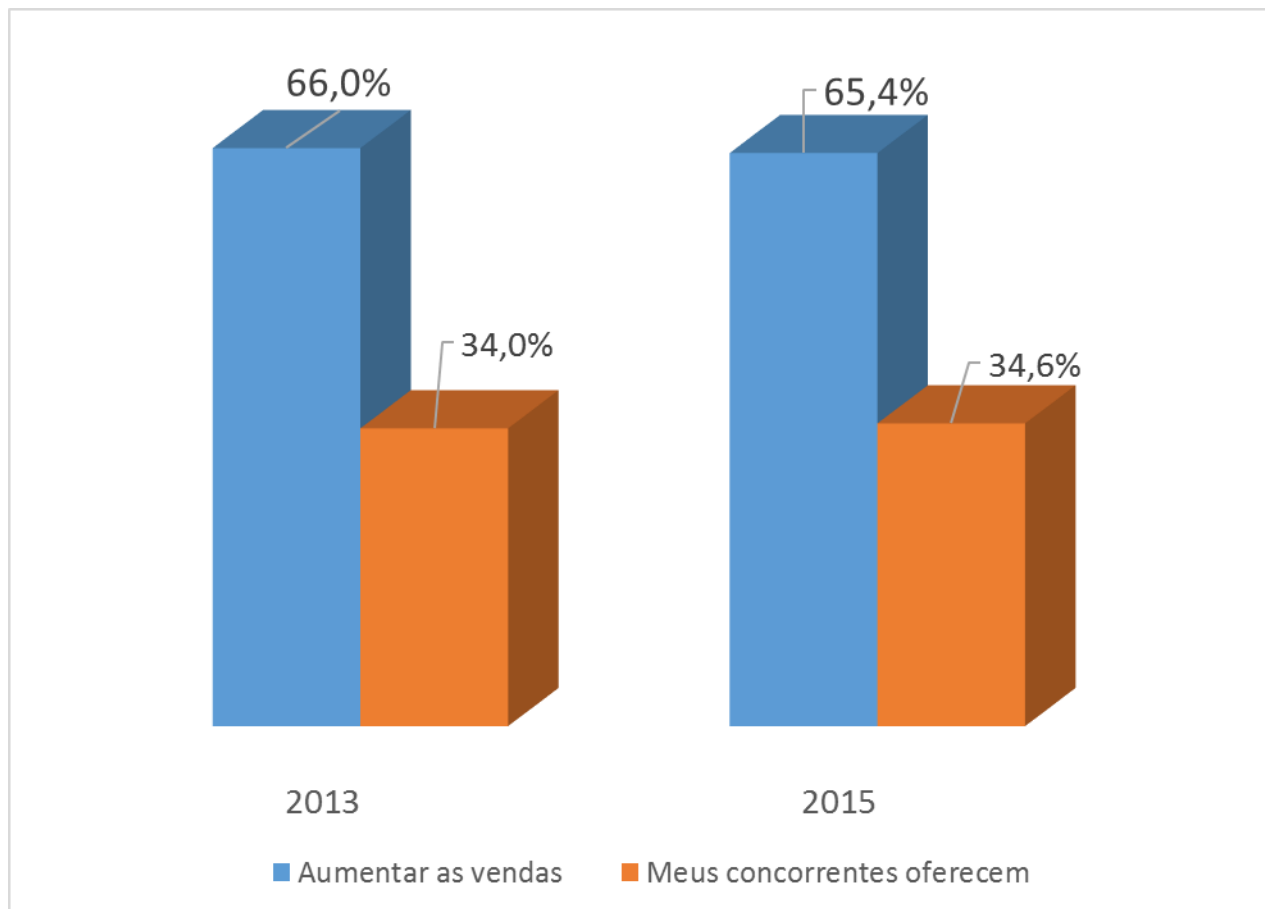


Fonte: ABComm, Brazil Panels e ComSchool

Em mercados maduros como EUA e Europa, grande parte das lojas virtuais cobram pelo frete. No Brasil a maturidade do mercado começa a se mostrar também nas estratégias de frete grátis. Espremidas pelos custos cada vez mais elevados, aumenta o número de lojas virtuais que repassam ou dividem o custo do frete com os clientes.

Não houve variação quanto ao principal motivo que leva as lojas virtuais a oferecerem frete grátis: aumento nas vendas.

Qual o principal motivo para você oferecer frete grátis?

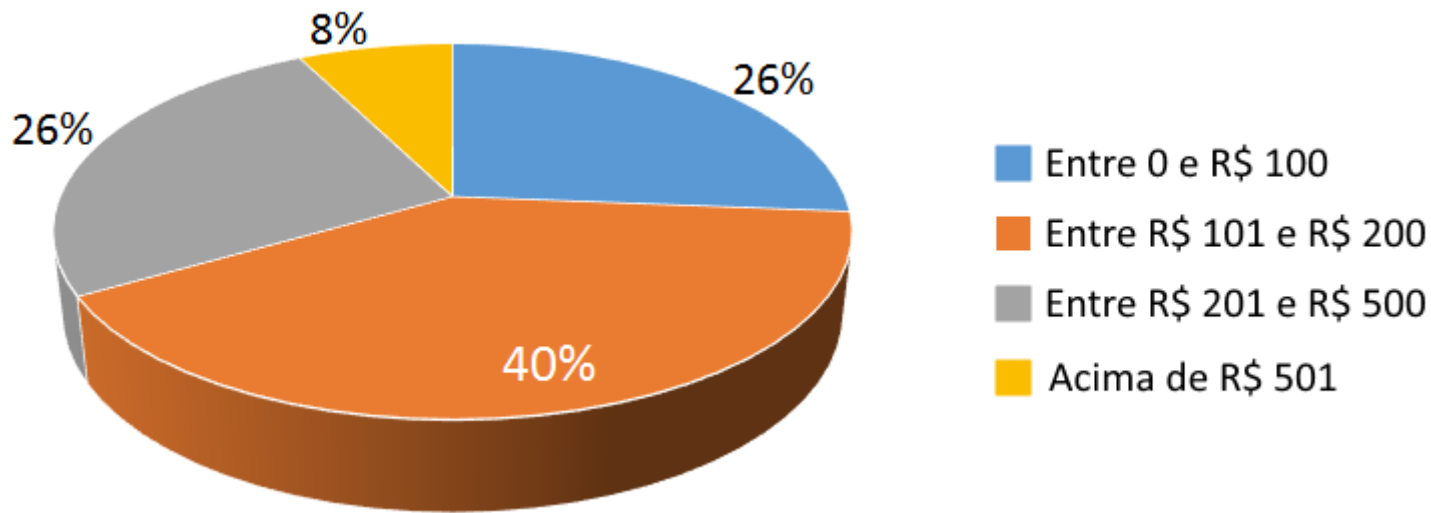


Apesar de ser uma ferramenta útil para aumentar as vendas e o tíquete médio da loja virtual, deve-se tomar cuidado com o frete grátis e usa-lo com inteligência.

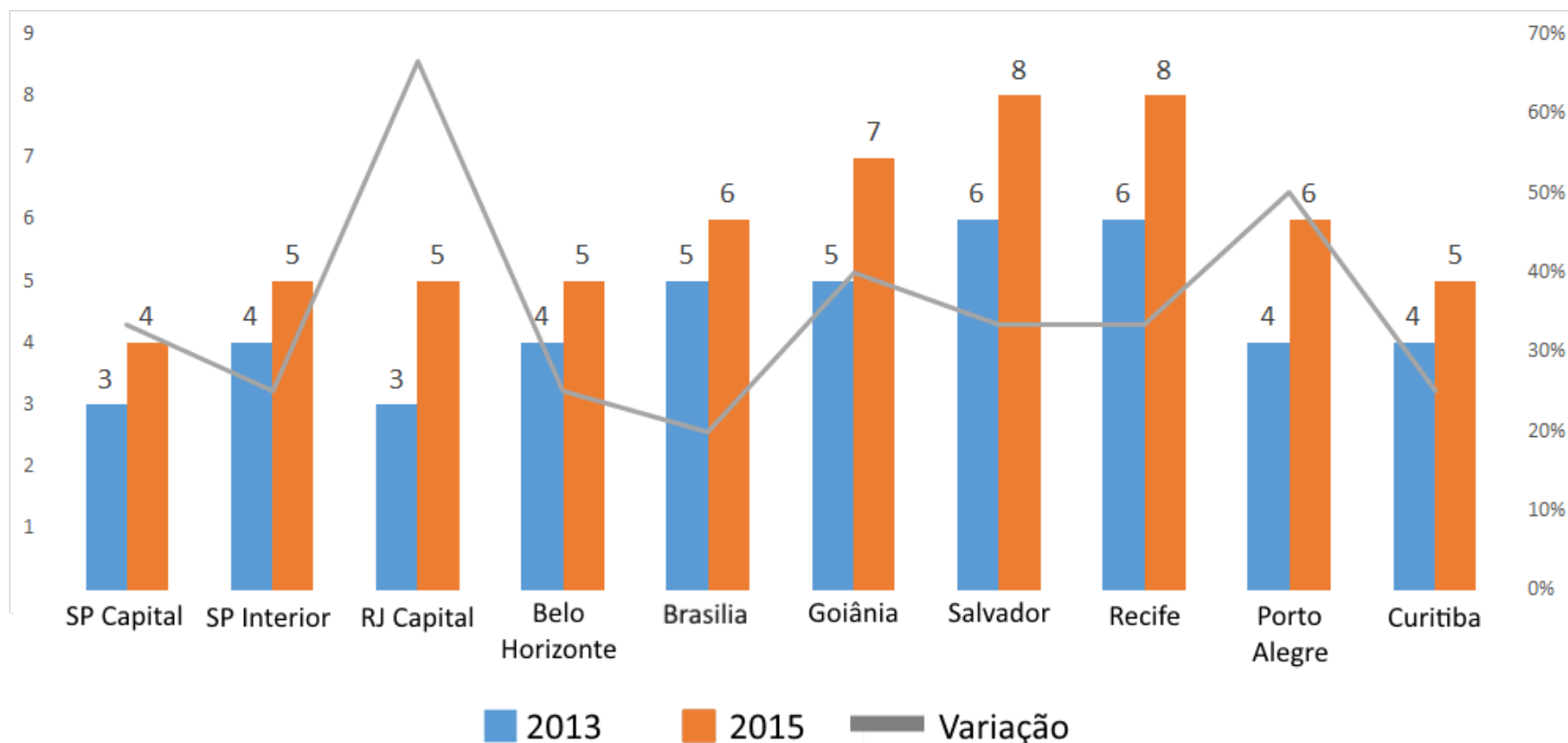
O percentual de lojas virtuais oferecendo frete abaixo de R\$ 100,00 apresentou ligeira queda em relação a 2013 (de 46% para 26%).

O tíquete médio do frete grátis aumentou de R\$ 170,00 em 2013 para R\$ 255,00 em 2015.

O frete é grátis para mercadorias acima de qual valor?



Qual o tempo médio de entrega (em dias) para cada uma das regiões abaixo?

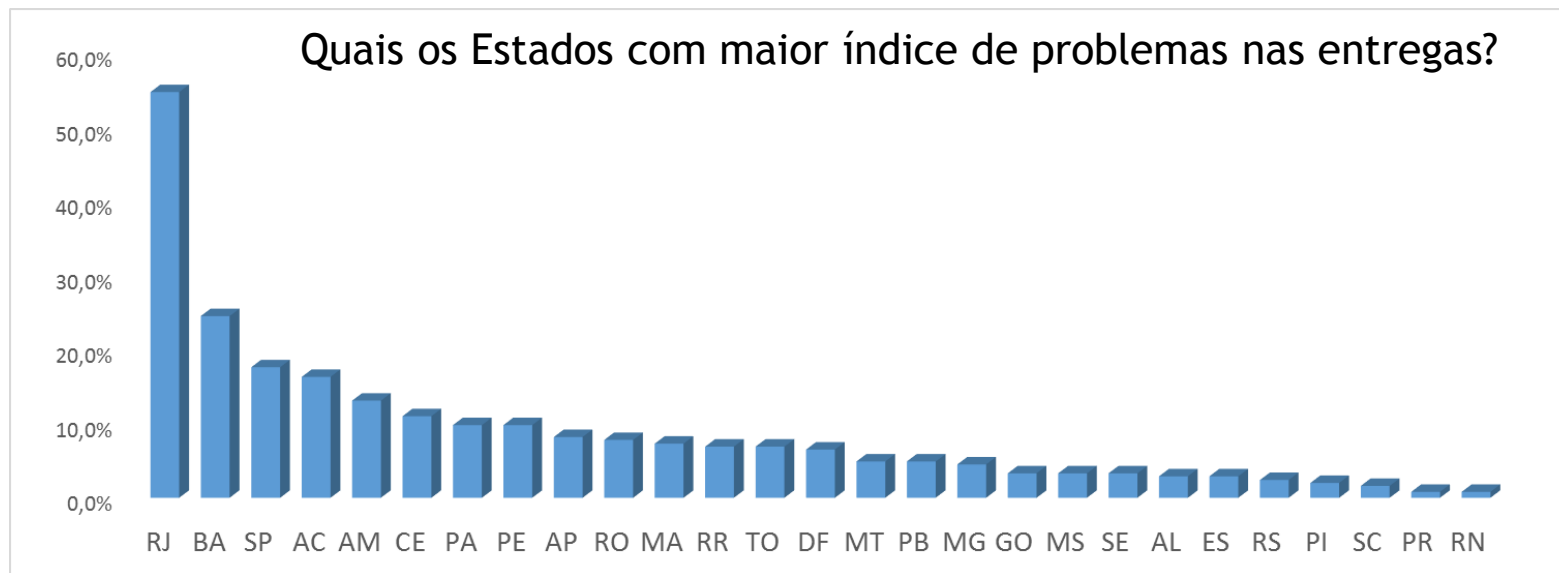


AINDA HÁ MUITO A MELHORAR

Na contramão do avanço tecnológico, o prazo médio de entrega aumentou em média 35% nas principais capitais brasileiras.

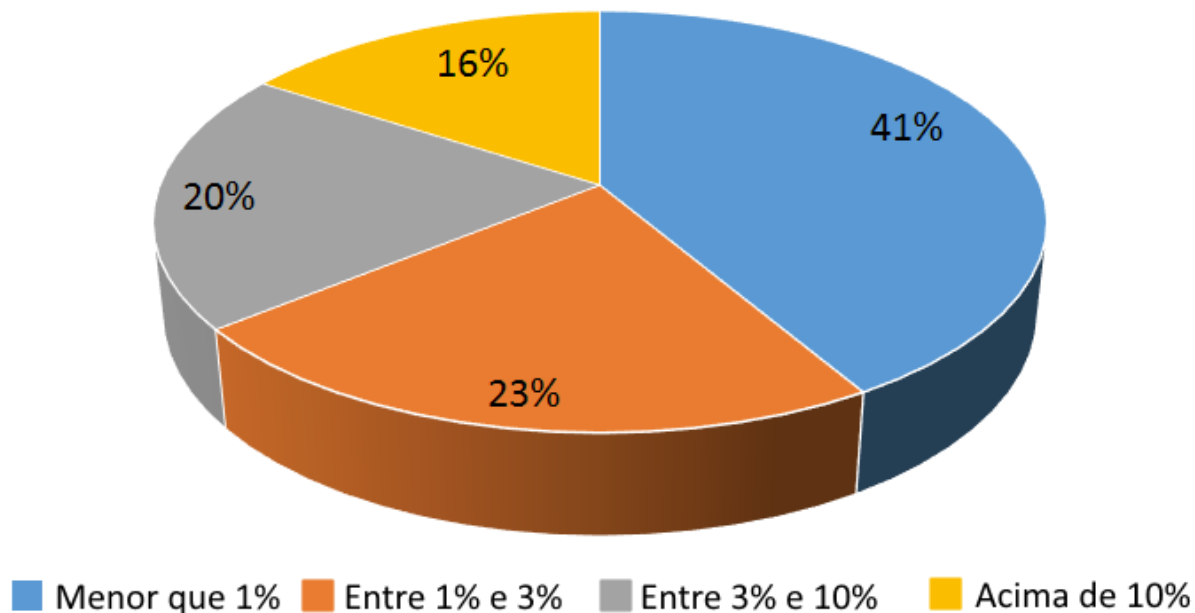
As lojas virtuais perceberam que prometer prazos de entrega apertados, pode significar problemas de reclamação, arranhões em sua imagem nas redes sociais e até mesmo processos jurídicos.

Em alguns casos, como no Rio de Janeiro, percebe-se que há problemas graves com as entregas.



As taxas de devolução permanecem relativamente baixas. Mais de 41% das lojas virtuais entrevistadas apresentam taxas de devolução abaixo de 1%. A variação é grande entre categorias. A média de devolução ficou em 4,17%

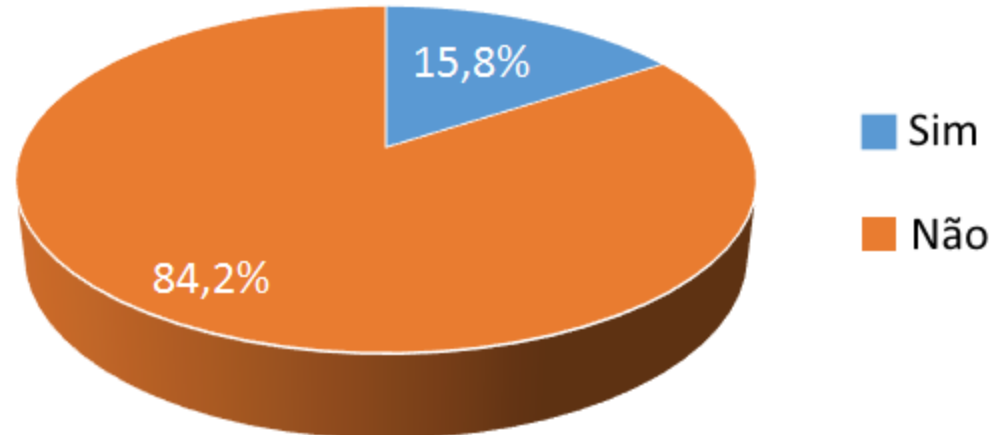
Qual o percentual aproximado de devoluções de produtos?



Fonte: ABComm, Brazil Panels e ComSchool

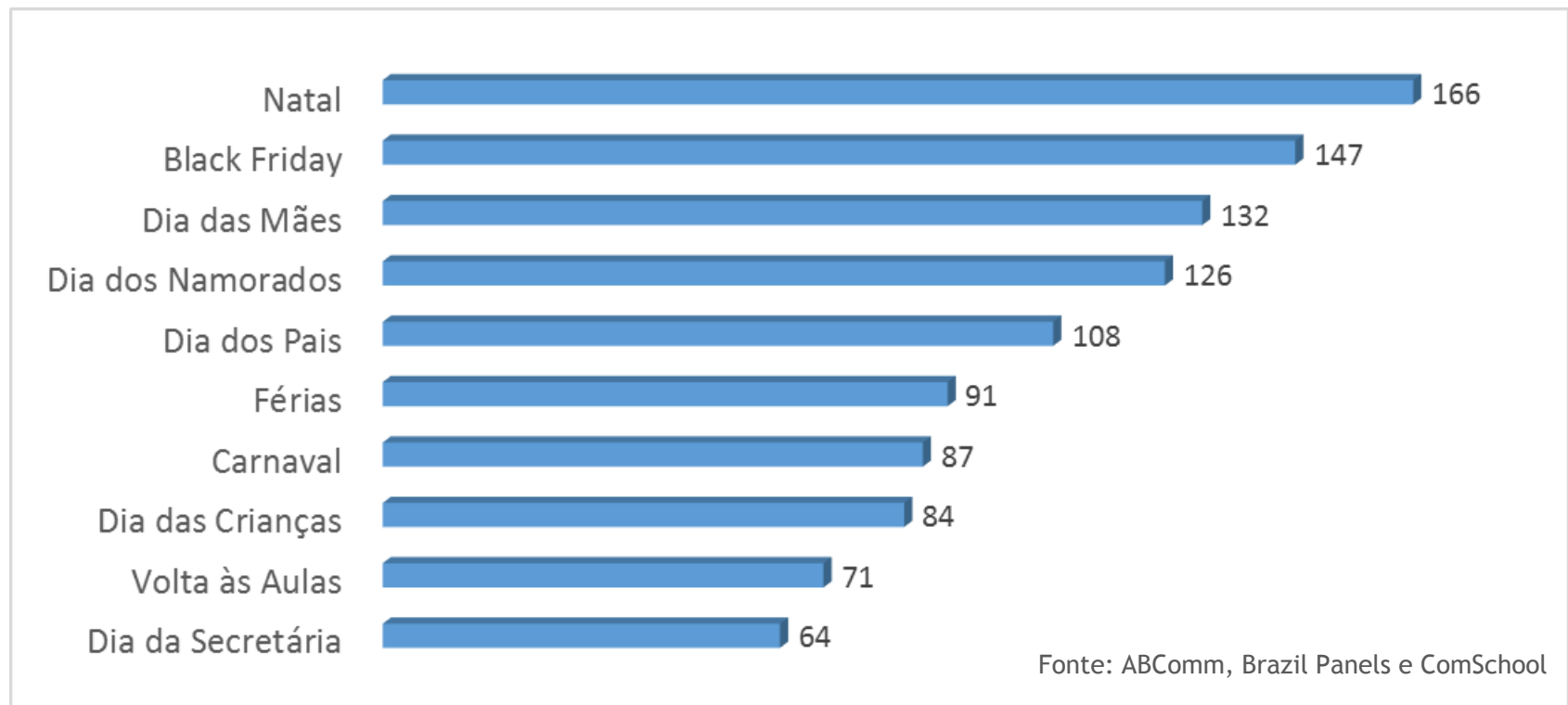
A internacionalização via e-commerce é uma realidade. Assim como há milhões de consumidores brasileiros comprando em lojas virtuais estrangeiras, também há lojas virtuais brasileiras vendendo para consumidores estrangeiros. Cerca de 16% das lojas virtuais entrevistadas disseram que já enviaram produtos para o exterior.

Você já despachou mercadorias para outros países?



Quando perguntados sobre as datas sazonais mais importantes para suas vendas online, as lojas entrevistadas apontam o Natal como sendo o mais importante, seguido por Black Friday e Dia das Mães.

Quais os melhores períodos sazonais de vendas?

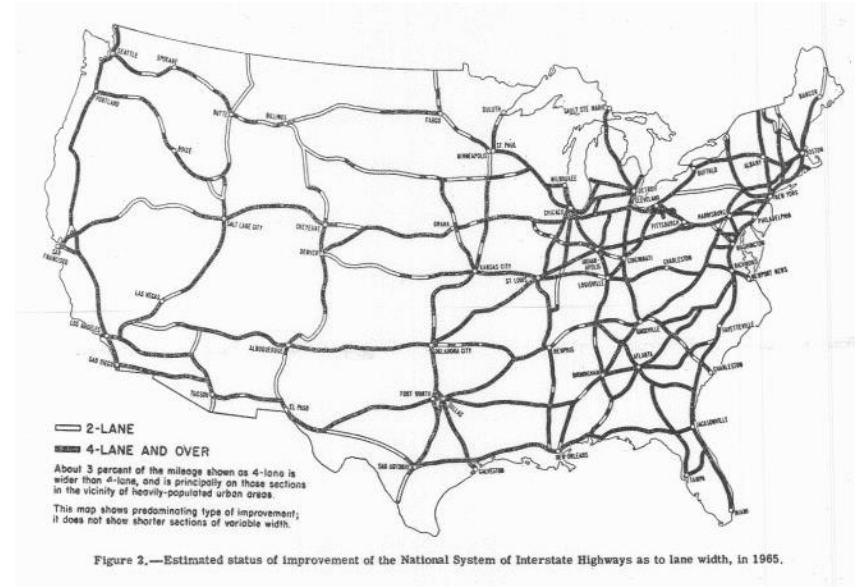


Fonte: ABComm, Brazil Panels e ComSchool

BRASIL - 2015



EUA - 1955



Fonte: DNER e Wikipedia

Se compararmos a malha rodoviária brasileira de 2013 com a dos Estados Unidos em 1955, fica claro que o Governo do Brasil ignora problemas crônicos de forma irresponsável. A verdade é que a maioria de nossos representantes vivem em mundos paralelos, distantes das reais necessidades do país. O preço pago pela falta de planejamento aumenta a cada dia e afeta todos os setores da economia, incluindo o comércio eletrônico.

A ABComm agradece o apoio dos mantenedores 2015



Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) surgiu para fomentar o setor de e-commerce com informações relevantes, além de contribuir com seu crescimento no país.

A Associação reúne mais de seis mil representantes de lojas virtuais e prestadores de serviços nas áreas de tecnologia da informação, mídia e meios de pagamento, atuando frente às instituições governamentais, em prol da evolução do setor. Atualmente conta com 12 diretorias temáticas e onze diretorias regionais.

Mais informações: www.abcomm.org

Informações à imprensa:

imprensa@abcomm.com.br

ABCOMM
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE COMÉRCIO ELETRÔNICO



A **Brazil Panels** (<http://www.brazilpanels.com.br>) foi fundada em 2008, é uma empresa especializada em pesquisa de mercado.

Realizando pesquisa com a mais alta qualidade, rapidez e precisão, agregando valores com base nas expectativas de seus clientes, ajudando na tomada de decisões através de diversas técnicas associadas a uma série de soluções em estudos quantitativos e qualitativos.

Oferece soluções completas para pesquisas on-line ou off-line e dispõe de um Painel B2C e B2B com mais de 700.000 membros cadastrados aptos a realizarem pesquisas.

Mais informações: www.brazilpanels.com.br



SOBRE A COMSCHOOL

A ComSchool (www.comschool.com.br) é a maior escola brasileira especializada em comércio eletrônico, marketing digital, redes sociais e mobile marketing.

A ComSchool oferece cursos presenciais em São Paulo, Rio de Janeiro, Londres, Barcelona, Miami, Florianópolis e Porto Alegre ou a distância para qualquer lugar do mundo.

Com cinco livros publicados na área, forma oito mil profissionais digitais por ano, tem um quadro de 120 professores entre os quais, donos de agências, autores de livros, CEOs, diretores de empresas e experientes consultores.

Mais informações: www.comschool.com.br

Contato: (11) 3284-8831 ou por e-mail: [contato@comschool.com](mailto:contato@comschool.com.br) .br

