

LOGÍSTICA NA PANDEMIA CORONAVÍRUS (COVID-19)

PERACINI, Jander Ramos

BOEIRA, Mauricio Aparecido

CAMARGO, Vinicius De Almeida

RESUMO

O tema deste artigo traz as vendas online e a importância do logístico período da pandemia. A metodologia utilizada na formulação deste artigo foi baseada em pesquisas bibliográficas, através de consultas a livros, revistas, pesquisa de manuais, artigos publicados na internet. O objetivo geral do presente artigo é como o comércio eletrônico e a logística são considerados como peças importantes como o setor de distribuição de mercadorias durante a pandemia, diante as medidas protetivas governamentais tomadas para melhorar estes fluxos. Os objetivos buscam buscarão apresentar o que o comércio online, conceituar o que é logística, apresentar o impacto do covid19 na venda online e física, discutir sobre a importância dos sites para as vendas durante a pandemia do covid-19.

PALAVRAS-CHAVE: Vendas online. Pandemia. Entregas. Medidas de proteção.

1. INTRODUÇÃO

Com a chegada do coronavírus o comércio em geral teve que fazer novas adaptações, incluindo a logística devido ao grande número de clientes que migrarão para o comércio eletrônico.

Os consumidores não podiam sair de casa para realizar suas compras, evitando aglomerações o que motivou o desenvolvimento de novas e mais eficientes formas de logística.

Nesse sentido, foi problema dessa pesquisa a seguinte questão: Que mudanças ocorreram na logística de vendas online durante a pandemia da Covid-19? Visando responder ao problema proposto, foi objetivo do estudo analisar o comportamento da

logística de vendas online com o aumento pela venda virtual na Pandemia do novo Corona vírus.

Assim, este estudo se justifica, pois, busca entender quais as principais mudanças ocorridas na logística de vendas online durante esse período.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONCEITO DA LOGÍSTICA

O setor logístico é um dos mais afetados por essas mudanças. Uma pesquisa da Confederação Nacional dos Transportes (CNT) apontou que 92% dos transportadores avaliam que a pandemia terá um impacto negativo em suas operações, sendo que mais de 70% das empresas apontam queda de demanda desde o primeiro mês das medidas de isolamento social. Passado o baque inicial, entretanto, não é hora de se ater ao pessimismo. Por mais que o presente demande uma dose extra de energia para a solução de problemas urgentes, é extremamente importante olhar para o futuro com uma atitude positiva e evolutiva.

Segundo Santos (2007), o sistema de transporte é a base fundamental para o desenvolvimento econômico e social do país. Atividade básica que trata da movimentação tanto de matérias primas quanto do produto final. É considerada por muitos como a atividade mais notória e conhecida no meio empresarial, devido a sua importância nos custos logísticos.

Para Novaes (2007), a logística moderna busca cobrir prazos pré-acordados e cumpridos em toda a cadeia de suprimentos, integrar todos os aspectos da organização, fortalecer parcerias com fornecedores e clientes, otimizar processos para reduzir custos e satisfazer os clientes com uma solução antecipada. Estabelecido e em um nível adequado. Portanto, a logística trata da evolução do processo que vai desde a compra da matéria prima até a entrega do produto final ao consumidor, dentro dos padrões esperados.

Para Ballou (1993) e Chiavenato (2005), a logística trata das atividades de movimentação e armazenagem que facilitam o fluxo de produtos desde o ponto de aquisição até o ponto de consumo final, com propósito de fornecer níveis de serviços

adequados aos clientes a um custo aceitável. Com a utilização da logística, os produtos chegam até os consumidores, buscando atingir o melhor nível de serviço aos clientes e com preços competitivos.

Segundo Dornier (2000), a satisfação tem quando a empresa ou produto atende a todo o conjunto de expectativas do cliente, tais como disponibilidade, confiabilidade na entrega, suporte e qualidade. A logística está diretamente ligada à satisfação do cliente, por facilitar o acesso dos produtos até eles, podendo fazer com que tanto as expectativas sejam atendidas quanto aos produtos.

Segundo Afonso et al (2017) o transporte ferroviário é o segundo meio de transporte utilizado, com as redes ferroviárias transportando 22,5% das mercadorias transportadas por todo o Brasil. Apenas 7% das linhas ferroviárias são eletrificadas. Apesar do enorme potencial para o tráfego fluvial, apenas 13% da carga é transportada por vias navegáveis. As grandes cidades brasileiras são bem servidas por via aérea, mas esse tipo de transporte de mercadorias não é muito desenvolvido, principalmente por causa do alto custo.

Conforme Afonso et al (2017) os caminhões são os principais responsáveis pelo transporte de carga em todo o Brasil. Ainda assim, quando comparados aos trens, eles podem não ser a melhor opção, pois um caminhão de carga pode transportar apenas 30 toneladas, enquanto um trem pode transportar 3 mil toneladas. Por outro lado, a rede ferroviária brasileira é muito pobre e os trens de carga são obrigados a operar à noite e a 20 km / h.

2.2 AUMENTO DAS VENDAS NA PANDEMIA

Segundo Albertin (2010), comércio eletrônico é o comércio tradicional que ocorre em ambiente eletrônico, rico em tecnologias de informação e comunicação, buscando atender objetivos comerciais, sendo considerado de fácil acesso e baixo custo. Cernev e Leite (2005) acrescentam que o comércio eletrônico é a realidade de diversos setores da economia e um novo modelo de comércio mundial.

Segundo a 44ª edição do relatório Webshoppers da Ebit Nielsen, uma pesquisa em aplicativos de entrega em 2021 procurou identificar os motivos que levam os consumidores a comprarem online dentre eles estão em, 1º lugar: “não preciso sair de

casa; 2º lugar: tem promoções especiais; 3º lugar: economia de tempo; 4º lugar: possui entrega 5º lugar: é fácil de comprar. (EBIT NIELSEN. 44º ed. Webshoppers versão free agosto 2021).

Em meados de fevereiro de 2020 chegou o primeiro caso de coronavírus Covid-19 no Brasil e, com as medidas protetivas impostas pelo Ministério da Saúde no passar dos meses, fornecedores e consumidores enfrentaram muitos desafios para dar continuidade na sua relação de compra e venda. (Quinta-feira, 27 de fevereiro de 2020 às 11:26 - Ascom SE/UNA-SUS Ministério da Saúde).

Muitas empresas sendo elas grandes, médias ou pequenas tiveram muitos problemas com as mudanças trazidas pela covid-19, com a falta de funcionário infectado com a doença à falta de mercadorias devido ao transtorno no setor de transportes. Apesar de ofertados vários meios de transportes de cargas, como, por meio de caminhões, aviões, carros entre outros, o setor que ainda prevalece é o rodoviário, por ser mais prático e barato, ocupa a maior porcentagem dos produtos que são transportados pelo Brasil.

As empresas de logística que buscam expansão, crescimento e liderança precisam desenvolver estratégias de curto e longo prazo para vencer o momento. A curto prazo, é importante mudar a alocação de recursos e agir com flexibilidade para atender os clientes em meio a tantas necessidades novas. (AGÊNCIA CNT DE TRANSPORTE ATUAL. CNT atua para minimizar impactos da crise do novo coronavírus sobre o transporte. CNT, 24 de março de 2020).

Entre 2014 e 2019, o número de lojas online no Brasil cresceu em média 21,3% ao ano. Em 2020 houve um aumento de 0% em relação ao ano anterior, sendo que no primeiro semestre de 2021 esse número já é de 22,1%, superando o recorde de 1.59.927 milhões de sites. Assim, 5% do volume atual do e-commerce brasileiro no primeiro semestre de 2021 já representará 9, % dos sites ativos do Brasil. (PAYPAL – Perfil do ecommerce brasileiro agosto 2021).

Conforme Paura (2012), a operação logística para ser satisfatória, as empresas dependem de um sistema de transporte eficiente para transportar matérias-primas do fornecedor até a as indústrias e sequentemente para o cliente. Sem um sistema de transporte eficiente a cadeia logística de uma empresa estará completamente comprometida por conta dos altos custos que terão para o escoamento da produção.

2.3 AS PRINCIPAIS MUDANÇAS OCORRIDAS NO PERÍODO

A venda online já apresentava um ritmo de crescimento ao longo dos anos, mas com o aumento repentino das vendas, o tempo de entrega também foi afetado. Em março e abril de 2020, no início da pandemia da Covid-19 no Brasil, o site Reclame aqui registrou mais de 192 mil reclamações referentes a os atrasos na entrega de compras online, o que representou um aumento de 61% no volume desse tipo de reclamação (reclamações, 2020).

Brandão (2019) ainda destaca que fazem parte desta etapa do planejamento atividades como roteirização de entrega, cálculo do custo de frete, negociação com transportadoras, automatização de transporte.

O desafio imposto na Pandemia do Coronavírus obrigou as empresas a repensar suas operações. Reflexos disso podem ser vistos na preocupação com a saúde dos colaboradores e na adoção de novas práticas de higiene, que passaram a fazer parte da rotina. Como exemplo opções de entrega sem contato físico. (Site dos correios boletim 03. 20/03/2020).

A correria do início para adaptar todas as operações conforme cenário pode ter causado um desconforto mas trouxe inovações que impulsionaram a transformação digital no setor.

Segundo Tarcísio Freitas, ministro da Infraestrutura, a logística do país é e continuará sendo a garantia da cadeia de abastecimento. Todos os modais de transporte permanecerão operacionais para garantir a mobilidade da população e a escala dos aportes necessários. Além disso, segundo a confirmação do ministro, todas as operações portuárias estão ocorrendo normalmente e acordos foram fechados para que as rodovias brasileiras não sejam bloqueadas. (Confederação Nacional dos Transportes CNT).

O enfrentamento da pandemia acelerou alguns projetos de otimização de processos que já tínhamos planejado para o futuro. Reforço dos protocolos de higiene; mudanças nas entregas. Entrega sem assinatura e registro fotográfico do carteiro (o entregador realiza apenas uma baixa, sem a necessidade da assinatura, para evitar o contato. (SITE DOS CORREIOS BOLETIM 03. 20/03/2020).

3.MATERIAIS E MÉTODOS

Este projeto utilizou da metodologia de revisão bibliográfica em que foram coletadas informações em artigos científicos, revistas, bases de dados e na internet.

4.CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio desta pesquisa, pode-se concluir que na atuação situação da crise do COVID-19, empresas e empreendedores, precisam gerenciar condições de excesso de sua capacidade de armazenamento, o que tem os obrigados a lidar com volumes cada vez maiores, ou até mesmo em abrir depósitos com excesso de capacidade. Concluiu-se também que estes devem gerenciar seus envios usufruindo do ecommerce como uma ferramenta fundamental para os negócios.

Concluiu-se que a cadeia de suprimentos deve ser ágil, adaptável e equipada com todas as ferramentas essenciais de visibilidade. Isso implica outro grande desafio: gerenciar os sistemas de suprimentos da melhor maneira possível e operar implantações rápidas. Por fim, pode-se entender que todo o mundo foi pego de surpresa com a grande crise do COVID-19, principalmente setores primordiais para o desenvolvimento das atividades básicas da sociedade, caso dos sistemas de compras e suprimentos.

REFERÊNCIAS

AFONSO, A, G.; SILVA, J, R.; CRUZ, R.; SCHERERZ, R. Modais de transporte. Faculdade Anhanguera Jaraguá do Sul. Anuário do curso de logística. 2017.

AGÊNCIA CNT DE TRANSPORTE ATUAL. CNT atua para minimizar impactos da crise do novo coronavírus sobre o transporte. CNT, 24 de março de 2020.

BALLOU, R, H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento organizacional e logística empresarial. Porto Alegre: Bookman 4º edição 200.

BRANDÃO, Bruna. Logística e Pandemia: como o setor foi afetado pela crise? 2021. Newspaper. Disponível em: <https://maplink.global/blog/logistica-pandemia/>. Acesso em: 04 set. 2021.

CHIAVENATTO, Idalberto. Administração de materiais: uma abordagem introdutória Rio de Janeiro: campus 2005.

DORNIER, Philippe-Pierre, ERNST, Ricardo, FENDER, Michel & KOUVELIS. Panos Logística e Operações Globais _ textos e casos. São Paulo: editora atlas 2000.

EBIT NIELSEN. 44º ed. Webshoppers versão free agosto 2021.

PAURA, Glávio Leal. Fundamentos da logística. Rede e – Tec Brasil, 2012. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – Paraná – Educação a Distância, Curitiba – PR. Acesso em: 26 de jun. de 2020.

PAYPAL – Perfil do ecommerce brasileiro agosto 2021.

NOVAES, Antônio Galvão. Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição. 3º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SANTOS, Roberto Vatan dos. Custos operacionais e formação de preço de frete no transporte rodoviário de cargas – Um estudo de caso. Guia do TRC, 2007

<http://noticias.reclameaqui.com.br>

https://www.correios.com.br/coronavirus/boletim/copy_of_boletim-03-procedimentos-operacionais-de-entrega-e-suspensao-de-alguns-servicos

Confederação Nacional dos Transportes (CNT)