

MINSAIT APRESENTA SETE ESTRATÉGIAS TECNOLÓGICAS PARA O E-COMMERCE INVESTIR DURANTE E APÓS A COVID-19

- **Companhia da Indra faz uma reflexão acerca dos impactos da pandemia para o varejo digital e sugere como é possível superar obstáculos com a ajuda da tecnologia**

São Paulo, 11 de maio de 2020. – O e-commerce tem apresentado resultados excelentes durante a pandemia de COVID-19: em março, a alta nas vendas em território nacional chegou a 40%, segundo dados da Compre&Confie, empresa de inteligência de mercado focada em e-commerce. Ao mesmo tempo em que setores com pouca expressividade no varejo digital – saúde, por exemplo – ganharam espaço, outros, como turismo, enfrentam desafios para sobreviverem. “Como superar esse cenário?” e “Como melhorar a performance nesse momento?” tem sido questões muito comuns para quem lida com o comércio digital no Brasil, às quais a tecnologia tem se mostrado uma grande aliada para respondê-las.

A companhia traça um paralelo entre o comércio eletrônico brasileiro e o espanhol, ressaltando que ambos cresceram a patamares de pelo menos dois dígitos por ano – um ritmo que deveria ser mantido em um cenário sem coronavírus. “É possível perceber que a maior variedade de produtos disponibilizados online, a agilidade para entender o consumidor digital e os avanços em logística possibilitaram evoluções significativas. Neste momento, é necessário que companhias estejam atentas para aproveitar o momento em que todo mundo está utilizando o comércio eletrônico para se fortalecerem”, destaca Marcelo Bernardino, head de Indústria e Consumo da Minsait no Brasil.

De acordo com a companhia, fortalecer a presença digital neste período e no pós-COVID-19 vai depender de sete estratégias essenciais apoiadas no investimento em tecnologia. “Acelerar a digitalização na relação com os clientes é um passo essencial”, defende Bernardino. Seguem abaixo as estratégias essenciais para esse período:

- Investir em plataformas de e-commerce ágeis e versáteis para realizar promoções personalizadas
- Criar canais de distribuição controlada e escalável de produtos em função da demanda: um ponto especialmente importante para os supermercados, que estão enfrentando picos altíssimos de consumo e podem planejar melhor a cadeia de distribuição com inteligência e análises capazes de facilitar esse trabalho
- Implantar modelos logísticos de distribuição logística local, coleta e entrega de produtos: algo que já é muito aproveitado por grandes varejistas. Usar lojas físicas como pequenos Centros de Distribuição, facilitando a logística
- Fortalecer e expandir os modelos de serviço e entrega: o uso dos aplicativos de ‘delivery’ por exemplo, tem sido uma alternativa eficaz para restaurantes. No futuro, a ideia é que as próprias lojas possam fazer parcerias mais eficazes ou implantar os próprios sistemas de entrega
- Redefinir a logística entre lojas, implantando modelos mistos de distribuição: em médio prazo, mesclar ainda mais as oportunidades de “entrega em casa” e “retirada em loja”, cada vez mais visadas pelos consumidores, especialmente pela questão de frete
- Consolidação dos modelos de “flagship”: já eram modelos com ampla possibilidade de crescimento e, após a pandemia, devem ganhar ainda mais força. Consumidores vão valorizar ainda mais a agilidade para comprar nesse tipo de loja
- Análise avançada para prevenir potenciais crises ou aproveitar novas oportunidades de negócios: investir em análise de dados será fundamental para que companhias tenham sucesso. Quanto maior for o investimento em dados para entender o cliente, maiores são as chances de sucesso.

“Companhias terão de investir cada vez mais em dados e tecnologia para se consolidarem. Hoje, é possível ver a diferença que a presença na internet traz e como é possível aproveitá-la da melhor maneira possível. Sem dúvida, estamos atentos a essa tendência”, finaliza Bernardino.

Sobre a Minsait

A Minsait, uma empresa da Indra (www.minsait.com), é a companhia líder em Consultoria de Transformação Digital e Tecnologias da Informação na Espanha e na América Latina. A Minsait apresenta um alto grau de especialização e conhecimento setorial, o que complementa sua alta capacidade de integrar o mundo core com o mundo digital, sua liderança em inovação e transformação digital e sua flexibilidade. Assim, concentra sua oferta em propostas de valor de alto impacto, baseadas em soluções end-to-end, com uma notável segmentação, que permite atingir impactos tangíveis para seus clientes em cada setor com uma abordagem transformacional. Suas capacidades e liderança são mostradas em sua oferta de produtos, denominada Onesait, e sua oferta transversal de serviços.

Indra no Brasil

Presente no Brasil desde 1996, a Indra é uma das principais companhias de tecnologia e consultoria do país. Conta com mais de 9.000 profissionais, escritórios distribuídos nos principais estados brasileiros e quatro Centros de Produção. A companhia faz parte de alguns dos projetos mais inovadores para o desenvolvimento econômico e tecnológico do Brasil nos setores de Transporte & Defesa e de Tecnologia da Informação (TI), os quais estão agrupados em sua filial Minsait.

Sobre a Indra

A Indra (www.indracompany.com) é uma das principais empresas globais de tecnologia e consultoria e parceira de tecnologia para as principais operações comerciais de seus clientes em todo o mundo. É uma fornecedora líder global de soluções proprietárias em segmentos específicos dos mercados de Transporte e Defesa e uma empresa líder em transformação digital e consultoria em Tecnologia da Informação na Espanha e na América Latina através de sua subsidiária Minsait. Seu modelo de negócios é baseado em uma oferta abrangente de seus próprios produtos, com uma abordagem de ponta a ponta, alto valor e um componente de alta inovação. No final do exercício de 2019, a Indra alcançou receitas de 3.204 milhões de euros, mais de 49.000 funcionários, presença local em 46 países e operações comerciais em mais de 140 países.