

NEGÓCIOS CORPORATIVOS

Agrofel implementa mini-hubs para fortalecer distribuição de defensivos e nutrição vegetal

Pequenos centros de distribuição regional estão estrategicamente localizados em cidades-chave como Dom Pedrito, Cachoeira do Sul, Santiago e Cruz Alta

A Agrofel, uma das principais referências no setor de insumos agrícolas, anuncia uma nova estratégia para otimizar a distribuição de defensivos e nutrição vegetal em sua rede de mais de 50 lojas: os mini-hubs. Com o objetivo de melhorar a eficiência logística e garantir que os produtos essenciais para o sucesso da agricultura cheguem aos produtores rurais com ainda mais agilidade, a empresa deu um passo importante para transformar sua operação.

Os mini-hubs são pequenos centros de distribuição regional, estrategicamente localizados em cidades-chave como Dom Pedrito, Cachoeira do Sul,



AGROFEL/DIVULGAÇÃO/JC

Objetivo é melhorar a eficiência e garantir a chegada dos produtos essenciais para a agricultura

Santiago e Cruz Alta. Esses centros foram projetados para atender de forma mais eficiente ao perfil de compra dos clientes da Agrofel e às demandas do cenário comercial atual. “A

agricultura é um setor no qual o tempo é um fator crítico. Um dia de atraso na entrega de um defensivo pode impactar significativamente a saúde da lavoura e a produtividade”, explica Vicen-

te Bittencourt, diretor de Operações e Logística da Agrofel. “Com os mini-hubs, conseguimos encurtar distâncias e otimizar nossa logística, garantindo que nossos clientes recebam

seus pedidos de forma rápida e segura.”

Além de acelerar a entrega, os mini-hubs permitem uma gestão mais eficiente de estoques, assegurando que cada unidade esteja sempre abastecida com os produtos certos no momento certo. Isso não apenas reduz o desperdício, mas também promove uma operação mais sustentável. “Com essa nova estrutura, nossas equipes de vendas podem focar no atendimento e na solução das necessidades dos clientes, enquanto nossa rede de distribuição garante a agilidade e a eficiência que o mercado demanda”, acrescenta Bittencourt.

A implementação dos mini-hubs reforça o compromisso da Agrofel com a excelência no serviço ao cliente e solidifica sua posição competitiva no mercado. A empresa continua a investir no futuro, proporcionando aos produtores rurais as ferramentas e os insumos necessários para o sucesso, enquanto melhora continuamente seus processos logísticos.

Gerenciamento de transporte logístico no varejo pode economizar até 40% do valor do frete

Dados da Neotrust indicam que, em 2023, a Black Friday faturou R\$ 5,23 bilhões, registrando um aumento de 1,7% no ticket médio, que passou a alcançar a marca de R\$ 636,66. Os números demonstram a relevância da data para o aumento da rentabilidade do varejo físico e digital. Por isso, é essencial que as empresas entendam a integração de processos logísticos como fator relevante de vantagem competitiva durante a data e ao longo do ano.

Atuante no setor, a nstech é uma das maiores plataformas de software para supply chain da América Latina, possui mais de 100 soluções integradas em seu ecossistema e entende a logística como diferencial competitivo para as empresas. Den-

tre as ferramentas necessárias para o varejo obter sucesso nas vendas da data está a gestão de transporte e entregas. Pilar fundamental para o sucesso de qualquer e-commerce.

“Contar com uma solução eficiente de TMS, ou seja, sistema de gerenciamento de transporte, é essencial para o varejo ao longo do ano inteiro, - e principalmente durante a Black Friday - isso porque a gestão permite que as lojas físicas ou online conectem suas transportadoras aos canais de venda. Dessa forma, a operação logística adquire mais automação, confiabilidade de dados para tomada de decisão, redução de custos e escalabilidade ao longo da jornada de compra”, analisa Mário Rodrigues, CEO da Frete

Rápido, ferramenta da nstech líder em TMS para e-commerce na América Latina.

A partir disso, o especialista cita benefícios da utilização de soluções de gerenciamento de transporte para a Black Friday:

» **Cotação ágil de frete:**

Com tecnologia e automação de processo, é possível cotar opções de entregas disponíveis em até 20 milissegundos.

» **Filtro de resultados:**

As ferramentas também auxiliam na definição de preços e prazos que serão oferecidos na tela de checkout, além de criar regras de frete para vender mais.

» **Consolidação de volumes e gestão de tabelas:**

Com previsão em cálculos por meio de tabelas de inteligência de dados, é possível obter de 20 a 40% de economia no valor do frete por meio de utilização de tecnologia. O benefício pode ser ainda mais estratégico em períodos de promoção e com aumento da demanda de vendas.

» **Rastreio multicanal via e-mail e WhatsApp:**

As vendas da Black Friday também são uma boa oportunidade para fidelizar clientes, sejam eles novos ou já existentes. Por isso, uma experiência de compra única com tecnologia de rastreio em tempo real e comunicação por meio dos principais canais de utilização do consumidor é estratégia assertiva.

» **Viabilização de auditoria do frete:**

Com a possibilidade de definição de regras de aprovação automática, o gerenciamento de transporte pode simplificar e potencializar o processo de conciliação de faturas, reduzindo as divergências de frete e tornando as operações mais lucrativas.

» **Torre de controle e gestão 360º:**

A automatização de processos e a tomada de decisões de forma ágil aumentam a taxa de conversão e escalam os negócios a outro patamar. Por isso, contar com informações em

tempo real e personalização e acesso a dados na logística é diferencial competitivo para as empresas durante o período e também ao longo do ano.

A análise preditiva tem sido potencializada por Machine Learning dentro do TMS da Frete Rápido. O resultado é a proatividade necessária para que as lojas virtuais mantenham o relacionamento com seus clientes intacto, ao mostrar profissionalismo e cuidado com a experiência de compra do cliente final.

» **ESG**

O TMS da Frete Rápido também entrega a tecnologia necessária para que o lojista calcule a emissão de CO₂, exiba no carrinho de compras e permita que o consumidor neutralize a emissão. O lojista também pode embutir o valor da emissão direto no preço de frete, ter acesso ao inventário e com o recurso em mãos, direcioná-los nas ações de neutralização que fizerem sentido com o propósito de sua marca.