



RUI SOUCASAUX SOUSA
Diretor do SLab

SLAB
CATÓLICA.PORTO

CATÓLICA PORTO
SCHOOL OF ECONOMICS AND MANAGEMENT
SLab - SERVICE MANAGEMENT LAB

Foi você que pediu uma entrega? Modelos de crowdsourcing em Ecommerce



Quando fazemos compras numa loja física, conseguimos usufruir do produto logo após o ato de compra. Ao contrário, quando fazemos compras online, tipicamente temos que esperar um ou mais dias pela entrega do produto em casa. A razão para a existência deste prazo de entrega é o tipo de organização logística que é utilizada na entrega das compras online. Com o objetivo de competirem com as lojas físicas, as empresas que vendem online têm nos últimos anos adotado modelos de entrega inovadores que lhes têm permitido oferecer aos clientes entregas rápidas nos grandes centros urbanos (em algumas horas ou no mesmo dia).

Nesta busca de formas de fazer entregas rápidas a custos aceitáveis, emergiram recentemente modelos de entrega com base no crowdsourcing. A lógica do crowdsourcing é a de solicitar trabalho a um grupo alargado de pessoas, especialmente as comunidades online, em vez de contratar trabalhadores tradicionais. Estas pessoas podem ser voluntárias ou trabalharem em part-time; atuando de iniciativa própria, cada pessoa faz uma pequena contribuição que, quando combinada com a dos seus congéneres, permite obter resultados significativos. A conhecida UBER utiliza esta lógica no transporte urbano.

Um bom exemplo da aplicação do crowdsourcing nas entregas online é a empresa americana Instacart. Esta empresa criou uma plataforma online que permite aos utilizadores fazerem compras em conhecidos supermercados, tais como o Costco ou Wholefoods. O utilizador efetua a encomenda e paga no web site da Instacart, e esta é depois entregue no mesmo dia por um "comprador pessoal". Este comprador recebe a encomenda no seu smartphone, desloca-se à loja, recolhe todos os produtos na lista de compras, paga-os na loja com um cartão de débito da Instacart, e usa depois o seu próprio carro para fazer a

entrega ao cliente. Os compradores atuam no modelo crowdsourcing: embora recebam formação por parte da Instacart, tipicamente, são voluntários que trabalham nos seus tempos livres, recebendo um valor fixo por cada hora de trabalho. Nesta altura, a Instacart está presente em diversas grandes cidades nos Estados Unidos. Para encomendas superiores a 35 dólares, cobra 4 dólares para entregas em duas horas e 6 dólares para entregas em uma hora. Os preços dos artigos no Instacart são tipicamente superiores aos preços nos supermercados.

A Instacart tem atraído elevados financiamentos e foi classificada pela Forbes como a empresa americana mais promissora. No entanto, existem dúvidas sobre se o seu modelo de negócio é sustentável. Este serviço nunca será um serviço

Os modelos de crowdsourcing permitem entregar em casa do cliente e de forma rápida as compras online.

para massas e não poderá oferecer a diversidade de artigos que se encontra noutros modelos de venda online. Pode, no entanto, ser atrativo para consumidores que não têm possibilidade de se deslocar a uma loja, por exemplo, por estarem doentes ou terem crianças ao seu cuidado. Outros gigantes do online, como a Amazon, preparam-se para experimentar modelos semelhantes. Foi você que pediu uma entrega?

O SLab é um centro de competências da Católica.Porto que desenvolve projetos e investigação em conjunto com as empresas, em diversas áreas da Gestão de Serviços. A Economia Digital é uma das áreas de atuação do SLab.