

Startup Pegaki ajuda e-commerce a alcançar maior índice de satisfação para o item "manuseio e envio de produtos". Pick-up points já representam 10% do volume das compras online no Brasil.

EVENTO

Workshop sobre os desafios logísticos no e-commerce reúne mais de 250 profissionais em Atibaia.

ESPECIAL

Logística na Cadeia Fria

De alto custo, cold chain de fármacos investe continuamente para atender com excelência o cliente final, o paciente.



ENTREVISTA:

Com Romeu Neiva Junior, da All Park, primeiro condomínio fechado para galpões industriais da região Centro-Oeste.



Deixe a manutenção da sua frota com quem entende do assunto.



ESPECIALISTA EM MANUTENÇÃO, **REFORMA, PEÇAS E ACESSÓRIOS** PARA AS MARCAS LINDE E STILL.







GERENCIAMENTO DE FROTA



ESTRUTURA COMPLETA

MARCAMP - SOLUÇÕES EM INTRALOGÍSTICA









Conheça nossos pacotes de mídia para comunicar e interagir com o seu cliente!



MAIS INFORMAÇÕES:

11 4417-5072 I 97318-0822 roberto@painellogistico.com.br painellogistico.com.br

EDITORIAL

f painellogistico

in Painel Logístico

@painellogistico

Prêmios





Mídia Oficial



Integrada

Publicação bimestral, especializada em logística.

Divulgado e disponibilizado no portal Painel Logístico: www.painellogistico.com.br

Os artigos assinados e os anúncios não expressam, necessariamente, a opinião da revista.

Em muitas matérias que produzimos ao longo de 2018 compartilhamos, aqui na Revista Painel Logístico, quase que incansável e inevitavelmente, sobre as crises política e econômica que vêm assolando o Brasil e à respeito de como um ano de eleições, em especial para a escolha de um novo Presidente da República, poderia afetar - e afetou - o "andamento da carruagem".

Dúvidas, incertezas, cenários divergentes.

Nunca se viu campanha tão polarizada, disse a imprensa.

Tudo passou. Candidatos eleitos, um novo presidente se fez.

Nossas contextualizações considerando, até aqui, frágil cenário político e econômico se findou. Agora, vamos desenhar junto com vocês as cenas do próximo capítulo, ou melhor, da nossa próxima edição. Tudo em um velho/novo contexto. Na velha/nova expectativa de mudança, de um País melhor e mais competitivo.

Por aqui, seguimos fazendo nossa parte, retratando o que há de inovador no setor logístico, abrindo espaço para quem faz a diferença no mercado. Exemplo que pode ser visto e lido na matéria de capa, que mostra como empreendedores estão mudando o curso das entregas no e-commerce e reinventando a logística de distribuição de produtos para o consumidor.

Ainda na edição, uma entrevista exclusiva com Romeu Neiva Junior, diretor da Innovar Urbanismo, empresa responsável pelo All Park, um mastercomplexo de infraestrutura e logística de Goiás; o Especial "Logística na Cadeia Fria", a cobertura do Workshop "Desafios Logísticos no e-commerce e os benefícios para os consumidores", realizado em Atibaia-SP e artigos exclusivos de especialistas da Atech, Thomson Reuters Brasil e da Cosin Consulting Brasil.

Boa Leitura.



Diretoria Executiva e Vendas

Deivid Roberto Santos roberto@painellogistico.com.br

Jornalismo

Conteúdo Empresarial (13) 3304 - 7437

Editora-Chefe

Érica Amores - MTB 33.455

Administrativo e Financeiro

Sheila Parra Gerente Administrativa/Financeira

Departamento Comercial

comercial@painellogistico.com.br

Arte e Diagramação

Priscila Nunes Rezini - Point Design priscila@pointdesign.com.br

Marketing e Marketing Digital

DRS Soluções em Marketing e Eventos 11 4417-5072

vendas@dsrsolucoes.com.br

Releases e Sugestões de Pautas redacao@painellogistico.com.br

ÍNDICE



8 CAPA

Inovação na Logística Brasileira

Startups, como a Pegaki, ajudaram o e-commerce nacional a alcançar maior índice de satisfação para o item "manuseio e envio de produtos" por meio de pedidos retirados em lojas próprias ou pontos de coleta. Os *pick-up* points já representam 10% do volume das compras online no Brasil, mas os números ainda estão bem distantes da realidade internacional.

28
ESPECIAL
Logística na Cadeia Fria



14 - Startup Pegaki capta R\$ 1,2 milhão em nova rodada de investimento

Com mais de 400 pontos de retirada e 20 mil entregas já realizadas, empresa que atua como alternativa aos Correios fecha a segunda rodada pela plataforma.

16 - MODERN Logistics integra lista das startups mais cobiçadas do LinkedIn

A lista "Top Startups 2018" traz as 25 *startups* mais desejadas por profissionais brasileiros.

18 - ALL PARK muda o cenário logístico de Goiás

Conversamos com Romeu Neiva Junior, diretor da Innovar Urbanismo, empresa responsável pelo All Park, primeiro condomínio fechado para galpões industriais da região Centro-Oeste.

25 - Aeroporto executivo do All Park vai gerar ainda mais postos de trabalho

Antares deve gerar mais de 3 mil novos postos de trabalho.

32 - Simpósio do Grupo Polar reúne players da cadeia fria

Evento referência no calendário da indústria farmacêutica reuniu, pelo quarto ano consecutivo, dezenas de profissionais para discussão de tendências e soluções para o mercado.

33 - Thermo King lança campanha de manutenção preditiva

Rede de Concessionários Autorizados se prepara para atender o Brasil e a América Latina.

38 - Artigo

Acordo Brasil e Chile - O Início da inserção do Brasil no Cenário Internacional.

39 - Artigo

Uso de *blockchain* na Logística dá mais segurança à linha de produção.

41 - Artigo

Logística de importação: processo ou projeto?

35

Workshop debate os "Desafios Logísticos no e-commerce e os benefícios para os consumidores", em Atibaia.



REDUZA ENERGIA, BATERIAS, TEMPO DE CARGA REDUZA CUSTOS COM CARREGADORES DE BATERIA FRONIUS

Faça um estudo de redução de custo da sua empresa. Fale com a Fronius.







"O precisa e-commerce reinventar se para atender a um consumidor cada vez mais exigente e bem informado. Pagar caro e esperar dias para receber a encomenda não faz mais parte dos planos de quem compra pela internet. As redes varejistas, aos poucos, vêm buscando soluções logísticas inovadoras". A afirmação, do CEO e Pegaki, João Cristofolini, fundador da vem encontro ao novo perfil do consumidor brasileiro e ao modelo que vem crescendo e ganhando a preferência de quem faz compras online no Brasil: os pick up points, ou pick up store, click & collectu ou, simplesmente, pontos de retirada.

Diferentes nomes para o mesmo serviço. Na prática: se antes o cliente comprava online e precisava esperar passivamente a entrega do produto, via Correios ou transportadora, agora compra-se pelo e-commerce e na hora do *check-out* é possível escolher retirar o produto em locais físicos que interagem e complementam demandas das lojas virtuais. Tratam-se de lojas da rede ou comércios conveniados, nos quais o comprador fará a retirada em dia e horário de sua preferência. É também lá onde produtos passíveis de trocas ou devoluções serão levados, facilitando a logística reversa. "Para as empresas, além da maior satisfação do cliente, representa uma economia importante. Isso porque que há redução nos custos logísticos ao não precisar acessar endereços de entrega individualmente", ressalta Cristofolini.

O comércio eletrônico brasileiro faturou R\$ 23,6 bilhões no primeiro semestre de 2018, alta de 12,1%, na comparação com os R\$ 21bilhões registrados no mesmo período do ano passado. Os números constam na 38ª edição do relatório Webshoppers, produzido pela EbitlNielsen. O material aponta a logística como um dos pontos mais importantes para o planejamento e operação de um *e-commerce*, uma vez que pode afetar diretamente o resultado financeiro da empresa, além do grau de satisfação e fidelização dos consumidores.

Para entender melhor a conjuntura logística nacional, a Ebit selecionou uma amostra de 7.197 respondentes, entre 30 de maio e 4 de julho de 2018 para identificar os principais canais de entrega no País. As informações capturadas apresentaram os seguintes resultados: retirada em loja (pick-up stores), com 10% de participação no volume de pedidos do comércio online; Correios, com 37%; e transportadoras privadas, com o maior share: de 53% dos pedidos e uma representatividade de 54% em faturamento desse mercado.

Foi o levantamento que revelou também que o maior índice de satisfação dos clientes, 87,4%, para "manuseio e envio de produtos", figurou no serviço de entrega de sites de e-commerce com retiradas nas próprias lojas e pontos de coleta. Também foi mensurada a satisfação referente ao acompanhamento do pedido: os mais elevados níveis de satisfação, de novo, têm relação direta com a escolha pela retirada do produto em lojas.



"Prazo de entrega, preço de frete e extravio de um produto, são variáveis logísticas que influenciam diretamente a decisão de compra em uma loja virtual. Neste cenário, que enfrenta ainda o desafio do modelo de marketplace que acaba terceirizando os processo de entregas de produtos, as operações de e-commerce vêm dedicando cada vez mais atenção à logística", explica o consultor de Negócios. EbitlNielsen, Pedro Guasti.

"Os números mostram que a integração entre os canais do varejo, que chamamos de *omnichannel*, está se tornando uma realidade para o consumidor. Esse é o futuro do varejo e é para onde caminham os esforços da Nielsen e agora também da Ebit", finaliza Guasti.

A SACADA DA PEGAKI

O consumidor brasileiro mudou e a expectativa dele com as lojas online também. Quer seu produto entregue cada vez mais rápido. E essa é a grande vantagem em se poder disponibilizar uma compra em uma empresa ou comércio confiável, perto do consumidor: locais como um posto de gasolina, hotel, supermercado, lavanderia ou uma padaria. A solução é a proposta da rede de pontos de retirada Pegaki, startup que vem ajudando o Brasil a crescer no uso da estratégia de *pick up points*. Inovação por aqui e opção logística madura em outros países.



A empresa criada em Blumenau conta com mais de 500 pontos ativos e mais de mil em fase final de aprovação em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Florianópolis, Blumenau, Salvador, Brasília, Belo Horizonte, Campo Grande, Cuiabá e Curitiba. Ao todo já foram mais de 20 mil produtos entregues, o equivalente a R\$ 2 milhões em produtos.

De acordo com o fundador da Pegaki, João Cristofolini, a demanda pela solução está altíssima, nas três pontas: consumidores, *e-commerces* e pontos de venda. "Por uma questão logística, nosso primeiro alvo é o e-commerce. Ele precisa saber que temos uma solução para ele. Em seguida, o conectamos com os pontos de retirada, para os quais são oferecidos um pacote de benefícios e total segurança. Aí temos condição de atender o consumidor, que é o objetivo final da operação. Essa é uma solução simples, bem mais eficiente e que vem agradando todos os agentes envolvidos, não só aqui, mas ao redor do mundo. Diante disso, a perspectiva é de crescimento exponencial, sem dúvida", afirma.



Alguns indicadores revelam o tamanho desse mercado: no Brasil, grandes redes iniciaram 2018 apostando no modelo de retirada em ponto como alternativa de entrega e diferencial para o cliente. Por aqui, 20% das empresas que contam com *e-commerce* e loja física já oferecem retirada na loja física. Lá fora, o mercado é ainda maior: só em 2017, Europa, EUA e China somaram cerca de 40 mil pontos de retirada, média de 300 mil pacotes por dia, o que equivale à 40% de todas as compras online. "Tratam-se de números absolutamente significativos e que revelam a tendência irreversível do modelo agora proposto no Brasil pela Pegaki".

PIONEIRISMO FRANCÊS

Um país que merece toda atenção quando o assunto é pontos de retirada é a França, pois ela foi o berço desta solução logística inovadora. "O modelo de *pick up points* não é exclusivo da França. Ele está presente com ótimos resultados em países diversos, inclusive no Brasil. Aqui, no entanto, ele ainda dá os primeiros passos. Mas o pioneirismo é integralmente francês, o país é um expoente inegável. E quando se fala em *pick up points* na europa, dois nomes se destacam como os principais: Kiala e Relais Colis", conta Cristofolini.

Ele lembra que, o que hoje soa como novidade no Brasil, é um modelo logístico em uso há 35 anos em terras francesas. As estatísticas apontam que 85% dos consumidores no país utilizam esse método para receber suas compras no *e-commerce*.

"Foi em 1983 que surgiu a Relais Colis. A empresa fatura em torno de R\$ 500 milhões todos os anos. Além disso, tem cerca de 30 milhões de encomendas entregues a partir dos pontos de retirada. Investimentos recentes da empresa têm por objetivo cumprir a promessa de entrega expressa D+1. Esse procedimento faz todos os consumidores terem suas encomendas em mãos em até um dia útil.





Atualmente, quem finaliza a compra online até às 20 horas pode retirar o produto na manhã do dia seguinte em um dos 4.700 pontos de retirada", relata do CEO da Pegaki. A Relais Colis acessa 83% da população francesa em apenas 10 minutos. Segundo pesquisa de satisfação, 97% dos clientes estão felizes com o serviço oferecido.

Outra empresa de destaque no cenário francês é a Kiala, fundada em 2001 e detentora de grande força no mercado por estar vinculada à tradicional marca UPS, que a adquiriu em 2012. Desde 2017, a companhia conduz a transição para que passe a se chamar UPS Access Point.

"Os pontos de retirada da Kiala podem ser acessados em bancas de jornal, mercearias, lojas de conveniência e outros estabelecimentos. Ela conta com o modelo tradicional de pick up points, responsável hoje por entregas e retiradas em 3.500 locais. Ademais, um dos seus diferenciais é que o serviço pode ser usado para recuperação de encomendas. Ou seja, se o consumidor gostaria de receber em casa o que comprou, mas não estava no endereço, o pacote é direcionado para o ponto Kiala mais próximo", explica Cristofolini.

A pesquisa Metapack de 2016 colocou os *pick up points* à frente da retirada em loja na França. São responsáveis por 76% contra 51% de preferência, respectivamente. Bem atrás ficou a entrega no local de trabalho, com 17%. São dados que indicam um mercado maduro. "Relais Colis e Kiala, que são as empresas do setor mais conhecidas internacionalmente, nem são as maiores na França no total de pontos de retirada. Relais Pickup, com 7.800 locais, e Point Relais, com 5.300, completam o quarteto de ferro francês", lembra.

GRUPO WBL GRÁFICA E OS PICK-UPS POINTS

Com capacidade para 3 milhões de impressões diárias de materiais gráficos, a WBL Gráfica, segundo maior grupo do setor no Brasil, que tem entre as marcas a gráfica web to print FuturalM, está em expansão, tem 1.626 pick-ups espalhados no País e almeja chegar a 2 mil pontos até janeiro de 2019 para atender à estimativa de 1000 mil pedidos neste formato de entrega. Ousada, a FuturalM mira ainda novos projetos de entrega Express e Same Day Express para o próximo ano.

"Para atender clientes em todo o Brasil, investimos de forma significativa para consolidar este modelo de entrega no País. Os clientes ganham em redução no valor do frete e na facilidade de retirar quando e onde for mais fácil para eles", explica o gerente de logística da FuturalM, Paulo César Vidal. No caso da FuturalM, ao menos 40% dos clientes já escolhem retirar as encomendas pelos pontos *pick-ups*.

Para dar conta da demanda, é fundamental que todo o processo seja integrado e gerido por um bom sistema. O pedido deve ser monitorado desde a produção, expedição e transporte ao ponto de retirada. Cada etapa deve gerar um status de atualização ao cliente, para que ele acompanhe em tempo real.









Segundo Vidal, é desta forma que acontece o processo logístico no grupo. Primeiramente são separados pedidos por localidade e transportadora. Após esta seleção são iniciadas as embalagens para transporte, tudo automatizado. "Após estas etapas, os pedidos são colocados em romaneio de transporte e separados por localidade, quantidade, volume e peso, além de receberem etiquetas de identificação para não ocorrerem erros", explica.

Para realizar toda a gestão dos pontos *pick-ups*, a FuturalM conta com 22 transportadoras parceiras, duas empresas especializadas em pontos de retirada, além de outras duas direcionadas para entrega porta a porta. "Contamos também com frota própria de caminhões para atender clientes de forma rápida e eficiente", conta Vidal.

São parceiros logísticos da FuturalM empresas como Jadlog, Mandaê, Buslog, Tex Encomendas, Pássaro Marron, Prata Express, Itex, Ideal Aereo e Via Brasil Transaéreo. "Além de entregas pelos parceiros do modal rodoviário, os clientes podem optar pelo aéreo, uma alternativa atrativa considerando a relação preço x prazo. Para as entregas definidas como serviço de entrega porta a porta, além dos Correios, contamos atualmente com a Mandaê, que atende mais de 4.000 municípios em todo o Brasil. Os serviços deles contemplam entregas expressas via motoboy", lembra o gerente e logística da FuturalM.

Recentemente, a gráfica web to print anunciou duas parcerias estratégicas, uma delas com a startup PegaKi, visando melhorar a experiência de compra do consumidor e criar alternativa aos Correios. Em operação, a parceria utiliza 100 pontos de retirada em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Brasília, Campo Grande, Cuiabá, Curitiba e Belo Horizonte. São cerca de 5 mil pacotes por mês, o equivalente a quase meio milhão de reais.

"Para atender clientes em todo o Brasil, investimos de forma significativa para consolidar este modelo de entrega. Os clientes ganham em redução no valor do frete e na facilidade de retirar quando e onde for mais fácil para eles" Paulo César Vidal da FuturalM



Wellington Luiz Martins de Souza e Willington Bekmer, sócios do grupo WBL Gráfica

"Este setor já é uma grande realidade no mundo e está avançando exponencialmente no Brasil. A adesão de um player referência, como a Futuralm, é mais um indicador da realidade. Para nós é uma honra trabalhar em parceria com a Futuralm e estamos certos de que esse acordo irá beneficiar todas as pontas envolvidas, sobretudo o consumidor", afirma CEO da Pegaki, João Cristofolini.

De olho no mercado sul-americano, a FuturalM se associou com a GeoPost, multinacional francesa responsável pela expansão do projeto de pontos de *pick-up* na Europa. A parceria visa colocar a FuturalM como a maior empresa gráfica que oferece *pick-up points* da América Latina.

"A Geopost e Pegaki são especialistas em oferecer serviços de retirada de produtos vendidos no e-commerce em pontos que possam facilitar a rotina dos consumidores. Desde o início da parceria da Futuralm com ambas as empresas a aceitação por parte dos clientes foi imediata. Acreditamos que quanto mais possibilidades oferecermos, maior será a satisfação dos nossos compradores. As empresas de encomendas que nos prestam serviço disponibilizam suas bases de atendimento como pontos de retirada dos pedidos com ótimos prazos e sem custo adicional aos clientes"

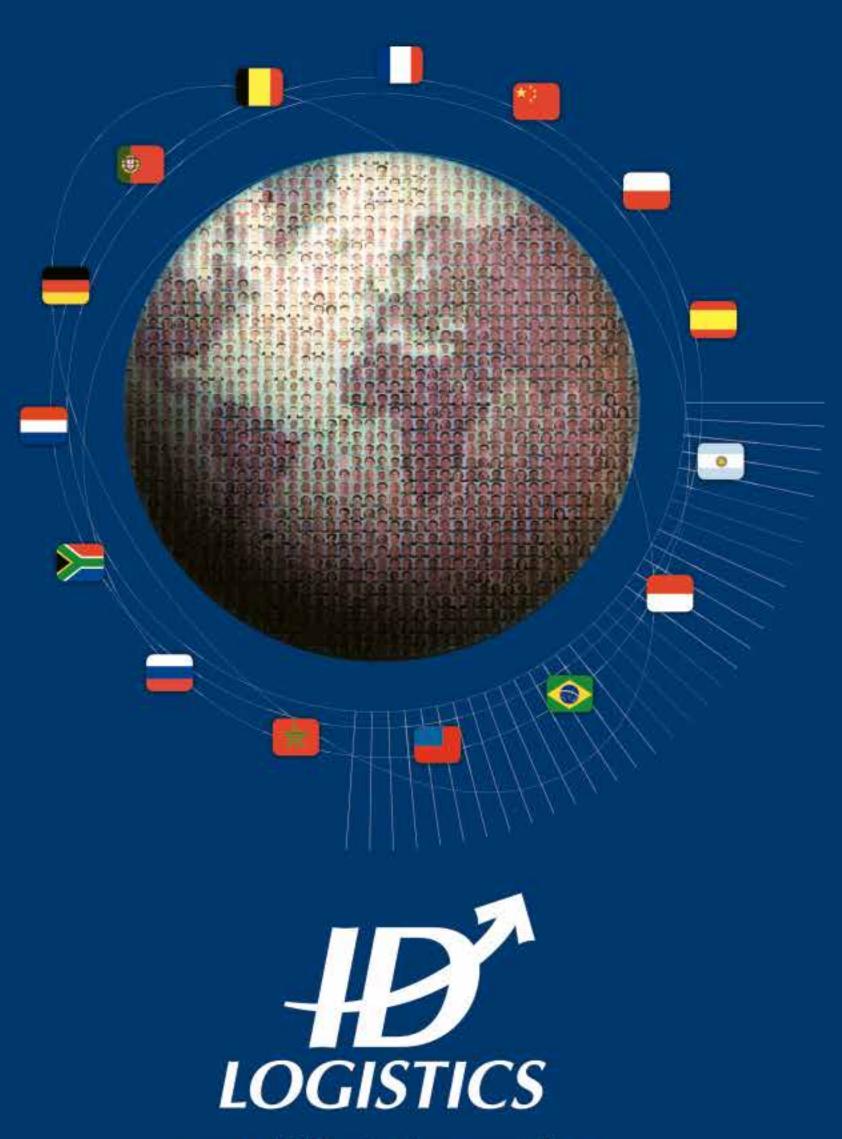
Quem faz a Pegaki

A rede de pontos de retirada da Pegaki disponibiliza a solução para o problema das entregas não realizadas, sem investimento em infraestruturas caras, como lojas próprias ou *lockers*. O negócio funciona da seguinte forma: o consumidor compra em *e-commerces* e retira seu produto no ponto Pegaki mais conveniente, que são estabelecimentos parceiros que funcionam como pontos de retirada. Dessa forma, a Pegaki traz benefícios para todos as partes envolvidas: os consumidores, os *e-commerces*, as transportadoras e os estabelecimentos que operam como pontos de retirada.

A Pegaki foi criada por João Cristofolini (CEO), por Ismael Costa (CTO) e por Daniel Frantz (COO). Os executivos possuem vasta experiência no mercado corporativo e de *startups*. Cristofolini destaca-se pela construção de uma rede de franquias com mais de 30 unidades pelo Brasil, pela autoria de seis livros de negócios, além da fundação do ResumoCast, *podcast* de negócios mais acessado do iTunes no Brasil. Já Ismael Costa também é CTO e Co-fundador da ConnectMoves e profissional com experiência de dez anos em desenvolvimento de softwares e aplicativos. Daniel Frantz foi COO e Sócio da Amplio/Metta Trading por 7 anos e é fundador da Solesto, *e-commerce* com faturamento de mais de R\$ 3,5 milhões por ano.

O perfil dos empreendedores e o potencial disruptivo do modelo de negócio da Pegaki vêm despertando interesse dos investidores. A empresa foi acelerada pela Cotidiano Aceleradora, quando recebeu R\$ 100 mil de aporte em uma primeira rodada de investimento. Em 2017, a Pegaki recebeu um novo aporte de R\$ 360 mil, via EqSeed, plataforma que conecta *startups* a investidores. O valor foi levantado em apenas 9 dias, o que fez do case o mais veloz da plataforma e um marco no mercado de *equity-crowdfunding* brasileiro.

Criando Soluções de Logística Sustentável Um Grupo aberto para o Mundo



www.id-logistics.com/br





Startup Pegaki capta R\$ 1,2 milhão em nova rodada de investimento

Com mais de 400 pontos de retirada e 20 mil entregas já realizadas, empresa que atua como alternativa aos Correios fecha segunda rodada pela plataforma.

A rede de pontos de entrega Pegaki acaba de captar R\$ 1,2 milhão em uma nova rodada de investimentos por meio da EqSeed, primeira plataforma de *equity crowdfunding* para *startups* aprovada pela CVM.

O *ticket* médio de investimentos da captação foi de R\$ 12 mil cada. Vale lembrar que essa é a segunda rodada de investimentos da *startup* pela plataforma: no final do ano passado, a Pegaki captou R\$ 360 mil em apenas 9 dias, recorde da rodada mais veloz da plataforma EqSeed até hoje.

De acordo com sócio fundador da EqSeed, Brian Begnoche, o modelo proposto pela Pegaki reúne todas as características que o investidor busca em uma *startup*. "O negócio é altamente escalável, alavanca um mercado enorme e cheio de práticas obsoletas, a equipe é excelente, totalmente focada e capacitada. Prova disso é a expansão da empresa em um curtíssimo prazo. A Pegaki desenvolveu um sistema capaz de reduzir com eficiência o problema de insucesso de entregas, uma questão grave que envolve um mercado gigantesco, o que torna a *startup* um ativo



extremamente interessante para a carteira dos investidores na nossa base".

O CEO da Pegaki, João Cristofolini, explica que a rodada de pontos de retirada aumentou a abrangência de seis para dez cidades e chegou a 20 mil entregas realizadas, o equivalente a R\$ 2 milhões em "produtos". Agora, nosso objetivo é, em um ano, transacionar mais de 60 mil pedidos por mês e fechar 2018 com mais de mil pontos de retirada espalhados por todo o País. Para isso, vamos precisar investir em equipe, marketing e tecnologia. Há um trabalho muito longo pela frente, mas a demanda é clara", avalia.

Para atender à crescente demanda, a *startup* acaba de se mudar para uma nova sede e já está ampliando a equipe. "No momento, contamos com uma equipe de 10 profissionais, mas pretendemos fechar 2018 com 20. Entre as áreas que devem crescer na Pegaki, vale destacar principalmente tecnologia, vendas e suporte. Seguramente esse capital aportado também será utilizado nesse movimento de ampliação", pontua o executivo.

O sócio fundador da EgSeed, Greg Kelly, chama a atenção para o curto espaço de tempo entre as rodadas de captação da Pegaki. Para o matemático, histórias de captação de investimento sequenciais e o posterior crescimento das startups investidas serão cada vez mais comuns no portfólio de empresas investidas da plataforma EqSeed.

"Nosso processo de seleção de empresas é extremamente rigoroso, no sentido de escolher startups que propõem soluções com alto grau de inovação e grande potencial de crescimento. Analisamos a empresa, seus profissionais e o cenário externo e o mercado nacional, entre muitos outros indicadores. Cruzando todas essas informações, estamos conseguindo oferecer ativos de qualidade para nossa base de investidores. Entendo que esse franco crescimento da Pegaki e rodadas tão próximas são um exemplo disso. Estamos no início de uma revolução nos mercados de capitais privados no País e a EqSeed tem muito orgulho de estar à frente disso", diz.









São 20 anos de atividades, 26 troféus de inovação, segurança, ergonomia e desempenho empresarial, avaliada e premiada por EY e pela KPMG, reconhecida por empreendedorismo pela revista Exame. Certificações ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001. É a empresa que mais cresce no setor de Movimentação de Material no mundo. Está no Brasil desde 2009, com mais de 100 clientes.

Fale com a Combilift. O melhor retorno no investimento quando a questão é solução para otimizar espaço de armazenagem.





MODERN Logistics integra lista das startups mais cobiçadas do LinkedIn

A lista "Top Startups 2018" traz as 25 startups mais desejadas por profissionais brasileiros

A MODERN Logistics integra a lista das 25 startups mais desejadas para se trabalhar no Brasil. Anunciada em 19/09, a lista "Top Startups" faz parte de uma série editorial contínua do LinkedIn que reconhece profissionais e empresas que causam impacto positivo no mundo profissional.

O reconhecimento ilustra como a Modern Logistics está criando uma plataforma disruptiva de logística integrada, conectando a velha com a nova economia, utilizando aviões próprios e tecnologia de ponta em um país que precisa de infraestrutura para o desenvolvimento econômico e social.

"O ranking enfatiza o nosso empenho em criar uma cultura que construa um impacto real e permanente na vida de toda a comunidade brasileira", diz Gerald Blake Lee, CEO da MODERN Logistics. "Por meio de um planejamento sólido, persistente e investimentos de longo prazo, temos o privilégio de poder resolver problemas cruciais de infraestrutura que as empresas enfrentam diariamente", afirma.

O LinkedIn "Top Startups" é resultado de um sistema de classificação que analisa diversos fatores, entre eles o interesse dos profissionais pela empresa, o engajamento e retenção dos funcionários e a busca por vagas. São analisados quatro critérios: crescimento do quadro de funcionários; interesse de candidatos a vagas de emprego na companhia; engajamento dos usuários com a empresa e funcionários e o nível de atração exercido pela startup sobre talentos oriundos das empresas que compõem a lista LinkedIn Top Companies. "Em outras palavras, a lista resume quais são as startups que merecem a atenção e as horas de trabalho dos melhores talentos", complementa Lee.

Para serem elegíveis ao Top Startups, as empresas precisam ter no máximo sete anos de existência, empregar pelo menos 50 funcionários, pertencer à iniciativa privada e ter sede no Brasil.





GESTÃO EM SUAS MÃOS 100% CLOUD













(6) FORÇA DE VENDAS VISIO

19 3343-3333 www.visio.eti.br



ALL PARK muda o cenário logístico de Goiás

Conversamos com Romeu Neiva Junior, diretor da Innovar Urbanismo, empresa responsável pelo All Park, primeiro condomínio fechado para galpões industriais da região Centro-Oeste

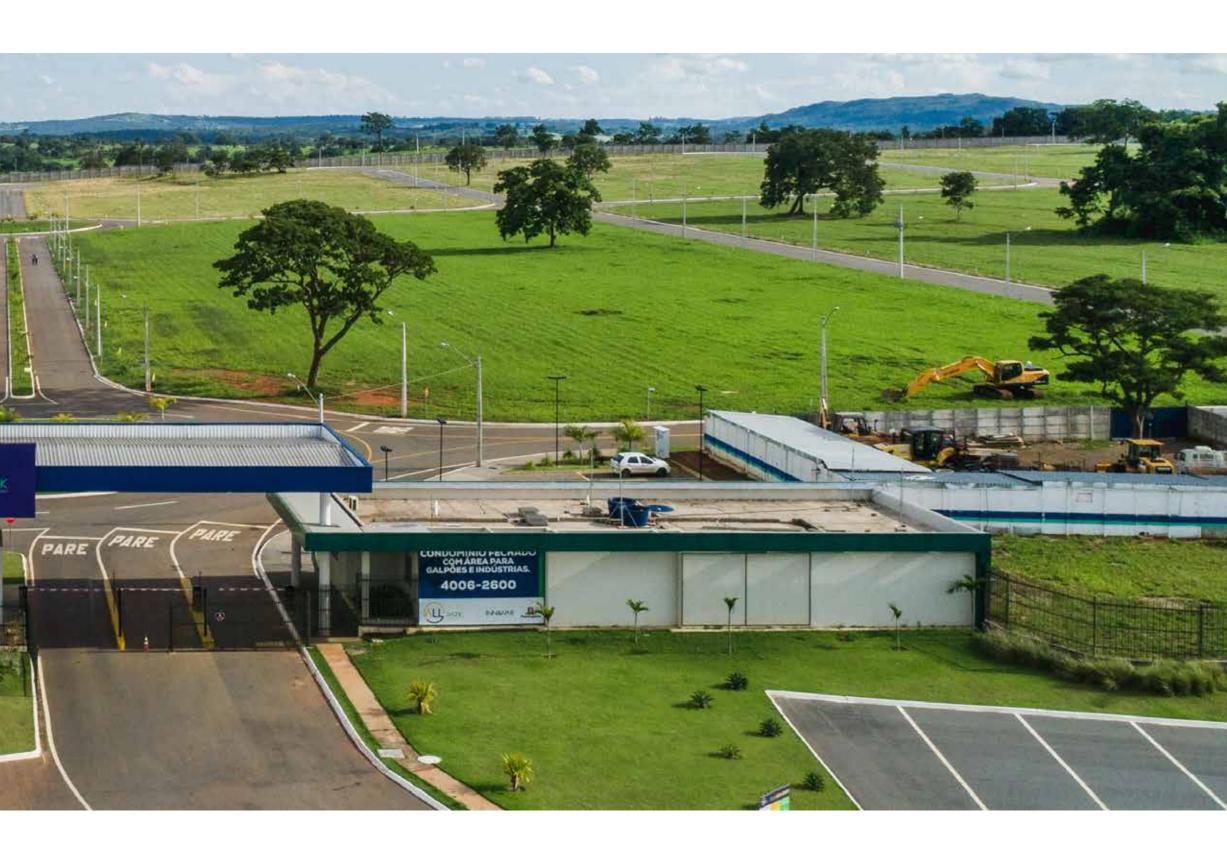


Nesta edição da Revista Painel Logístico entrevistamos Romeu Neiva Junior, diretor da Innovar Urbanismo, empresa responsável pelo All Park. Com 375 hectares a 3,5 km do centro de Aparecida de Goiânia (GO) e área total de 600 mil m², o empreendimento tem lotes que variam de 1 mil a 8.840 m² e está inserido em um mastercomplexo de infraestrutura e logística. O projeto conta ainda com a construção de um Campus da Universidade Federal de Goiás, um aeroporto (veja matéria na página 25) e o NS-01, eixo estruturante que passa pelo anel viário e liga a saída para outras cidades e estados. Quando estiver com 100% de ocupação e pleno funcionamento, o All Park será responsável por mais de 2 mil postos de trabalho direto e centenas de outros indiretos.

Além de segurança 24 horas, o condomínio tem vias largas para trânsito e manobras de veículos de cargas, pátio de carga e descarga, balança para pesagem de caminhões, sistema de facilities (mix de conveniência, praça de alimentação, clube de compras, sala de treinamento, posto bancário, correios) e estacionamento para carros, motos e caminhões um verdadeiro polo empresarial para indústria, comércio e logística da região.

Não é por acaso que o All Park foi instalado em Aparecida de Goiânia. A cidade tem o 2º maior PIB do Estado e cerca de 40 mil empresas ativas. É iniciativa do Governo Municipal ofertar incentivos fiscais concedidos pelo Governo do Estado para atração de investimentos para o local.





"As grandes cidades não possuem, em sua maioria, um planejamento que acompanhe o ritmo de crescimento da população, bem como do comércio e das indústrias. Isso fez com que galpões que, até então, eram mais afastados dos centros urbanos, hoje se tornassem o próprio centro urbano, em função da concentração das operações e fornecedores".

PL - Qual a importância dos condomínios para as operações logísticas das indústrias?

Romeu - As grandes cidades não possuem, em sua maioria, um planejamento que acompanhe o ritmo de crescimento da população, bem como do comércio e das indústrias. Isso fez com que galpões que, até então, eram mais afastados dos centros urbanos, hoje se tornassem o próprio centro urbano, em função da concentração das operações e fornecedores. As operações nesses locais tornaram-se perigosas e muito onerosas. A logística de entrada e saída de caminhões dentro dos centros, além do trânsito e da falta de infraestrutura de manobra para receber veículos de grande porte, impedem que a operação seja bem sucedida e ágil.





É TER SUA INDÚSTRIA NO PRIMEIRO CONDOMÍNIO FECHADO PARA GALPÕES DO CENTRO-OESTE.



ENTRADA COM CONTROLE RIGOROSO DE ACESSO



CONDOMÍNIO FECHADO COM SEGURANÇA 24H



SISTEMA AVANÇADO
DE MONITORAMENTO

SAIBA MAIS: 62 4006-2640
ALLPARKPOLOEMPRESARIAL.COM.BR



Com o surgimento dos condomínios logísticos, esses transtornos foram praticamente sanados, com infraestrutura para receber caminhões e em locais próximos de vias de acesso rápido às rodovias, além da segurança 24 horas assegurando a operação das empresas e reduzindo custos.

PL - Quais as principais vantagens e diferenciais dos condomínios logísticos da Innovar Urbanismo?

Romeu - Além da localização ser primordial para as operações, a infraestrutura dos condomínios logísticos deve assegurar que as operações internas sejam facilitadas, com ruas alargadas para permitir o trânsito de caminhões, asfalto apropriado, estacionamento, local de carga e descarga, além de outros benefícios indiretos relacionados à logística. A segurança é primordial na escolha de um condomínio, já que o custo é reduzido drasticamente e o cliente possuirá uma segurança 24 horas, com controle de acesso, câmeras, rondas e monitoramentos. Os condomínios revolucionaram a logística do País, tornando para as empresas uma segurança no investimento, agilizando as operações e reduzindo custos.





Romeu Neiva Junior, diretor da Innovar Urbanismo, empresa responsável pelo All Park.



www.painel**logistico**.com.br



PL - De que forma a crise política e a queda das atividades econômicas brasileiras impactou o segmento de condomínios de galpões logísticos?

Romeu - A instabilidade econômica e financeira que o País ultrapassa, além das eleições, gera insegurança aos investidores construção galpões na de para comercialização/ locação, por se tratar de um valor alto para investimento sem garantia rápida de retorno. Aqueles que pretendem aumentar suas empresas ou transferi-las para um condomínio, aguardam uma resposta do Brasil para tal investimento. Esse cenário não representa a totalidade dos investidores, visto que a necessidade por melhores infraestruturas são emergenciais em muitos casos, resultando em mudança imediata como aconteceu, recentemente, com um dos galpões instalados no condomínio. Após a conclusão ele foi vendido em menos de 30 dias

PL - Quando inaugurado em 2016, o All Park anunciou potencial para gerar até 2 mil empregos diretos e outros tantos indiretos. Essa estimativa vai se concretizar?

Romeu - O fluxo de ocupação do condomínio é lento, principalmente por conta da crise econômica que se abateu no País. Mas, já contamos com a operação de distribuidora de vinhos, dois lotes com placas solares para atender galpões que estão em construção, além de vários projetos em andamento para aprovação municipal. A estimativa de geração de empregos é a mesma, porém ela acontecerá conforme se der a ocupação total do condomínio.



PL - Quais os diferenciais do complexo?

Romeu - A localização, por estar próximo à principal via de escoamento do País, a BR-153, além de vias internas alternativas recentemente finalizadas, como o eixo NS-01 (Av. Jataí), que facilita o acesso ao condomínio e é uma via alternativa à BR.

A infraestrutura do condomínio totalmente preparada para receber caminhões, um heliponto de uso exclusivo, área de lazer com quadra e quiosque, estacionamento interno e externo para carros, caminhões e motos, um prédio dedicado a atender às necessidades do empreendimento, que oferece sala de reuniões e auditório equipados, local para instalação de um futuro clube de compras, uma loja de conveniências quase em funcionamento, para atender tanto o público interno como externo ao complexo.

O All Park foi construído para suprir uma demanda nacional por galpões bem localizados e com infraestrutura de ponta para atender às operações que demandam espaço, segurança e fácil acesso.

PL - Qual sua expectativa com a Arena de Logística Integrada nas instalações da All Park?

Romeu - Tivemos duas experiências excelentes em 2016 e 2017 com a Expo Aparecida, uma feira voltada para logística, agronegócios e outras empresas que fomentam o mercado logístico. Conseguimos reunir um público de mais de 3 mil pessoas em cada edição, profissionais vindos de todo o Estado e do País, dando visibilidade ao empreendimento e mostrando o potencial da cidade de Aparecida de Goiânia para recepção de grandes indústrias e empresas. Além da logística facilitada que a localização do município proporciona, temos grande expectativa de que a Arena Logística trará para o Estado novos parceiros, carimbando ainda mais Goiás como o Trevo do Brasil.





PL - Qual a importância da parceria feita entre a All Park e a DRS - Soluções em Marketing e Logística (promotora do evento) na realização do evento em um condomínio tão estratégico para a região?

Romeu - A parceria, além de abrir um espaço de alta visibilidade para a promotora do evento, ainda proporcionará a divulgação de um local extremamente propício para o público alvo que já é estudado pela DRS. Para o All Park, colocaremos ele mais uma vez com uma visibilidade nacional, abrindo portas para que empresas e indústrias conheçam o potencial do empreendimento e de Aparecida de Goiânia.

Ano que vem o All Park vai abrir seu espaço para um grande evento, a 2ª edição da Arena de Logística Integrada, nos dias 12 e 13 de junho, das 13 às 19 horas. Paralelamente será realizada também a 2ª edição do Congresso de Logística, Soluções e Tendências. Serão três dias de conteúdos, networking e soluções logísticas para o público nas intalações do complexo. O evento é uma realização da DRS - Soluções em Marketing e Eventos, que conta com o apoio do Governo de Goiás, Abralog, ABIMAQ, Setcesp, SENAI - Morvan Figueiredo, FIEG e Investe Goiás, da All Park, além da parceria de mídia com o portal e revista Painel Logístico.







www.painel**logistico**.com.br

TOTAL SOURCE®



Sinónimo de qualidade, ótimo custo-beneficio e a disponibilidade que você precisa. A TotalSource oferece soluções completas, sejam elas originais ou próprias para o mercado de elevação industrial e portuária.

Procure a revenda mais próxima e exija TotalSource.

TOTAL SOURCE®



Aeroporto executivo do All Park vai gerar ainda mais postos de trabalho

Antares deve gerar mais de 3 mil novos empregos.

O Antares Aeroporto Executivo, anunciado em junho deste ano, ocasião em que teve lançada a pedra fundamental do empreendimento, ocupará uma área de 209 hectares do All Park, onde também estão previstos hotel, pista para pouso e decolagem com 2 mil metros, posto para abastecimento, estação de embarque e desembarque, helicentro, pista de acesso aos hangares (taxiway), Fixed Base Operator (FBO) completo para assistência aos proprietários de aeronaves e estacionamento para visitantes. O início das obras está previsto para abril de 2019 e o começo das operações é planejado para 2021. O investimento estimado para viabilizar o empreendimento, que é privado, é da ordem de R\$ 100 milhões. Há previsão de 3 mil novas oportunidades de trabalho derivadas do projeto.

"O All Park é o primeiro produto de um Masterplan. A continuidade é o Antares Polo Aeronáutico. Quando entrar em plena atividade, o Antares e o All Park devem gerar, juntos, cerca de 5 mil empregos", revela Romeu Neiva Junior, diretor da Innovar Urbanismo, empresa integrante do grupo empreendedor do Antares e responsável pelo All Park.

O empresário Marcos Alberto Luiz de Campos, diretor da CMC/BCI, que integra o grupo empreendedor responsável pelo Antares, destaca que o apoio da administração municipal foi fundamental para o projeto. "Goiás conta com a



vantagem de estar situado no coração do Brasil e, para a logística da aviação, isso é fundamental. Encontramos condições favoráveis para o aeroporto em outros municípios como Hidrolândia e Guapó, mas optamos por Aparecida de Goiânia porque a prefeitura abraçou a ideia. Além disso, a cidade é, sem dúvida, uma das mais prósperas do País", frisa.

O acesso ao aeroporto será garantido pela Avenida Santana e pelo Eixo Viário Norte Sul 1, que liga a região Leste ao centro do município. É esperado ainda um viaduto no desvio da BR-153, o qual fará ligação direta com a área. O lançamento comercial do empreendimento está previsto para o final do segundo semestre, quando serão ofertados 498 lotes com área média de 1 mil m² cada, voltados para a construção dos hangares particulares, empresas de manutenção, comércio, oficinas, compra/venda e aluguel de aeronaves.

Na visão do arquiteto e urbanista responsável pelo projeto do Antares, Luiz Fernando Cruvinel Teixeira, o "Xibiu", o aeródromo vai inserir Goiânia e Aparecida em outro nível de desenvolvimento econômico, colocando-as no mesmo patamar das grandes metrópoles. "O aeroporto segue o conceito de Aerotrópolis, que é muito comum nos Estados Unidos, mas ainda pouco visto no Brasil. Não se trata apenas de um local para descer avião; é um equipamento estruturante que fomenta outros segmentos de mercado", diz.



A melhor solução em MARKETING e EVENTOS para a sua empresa

Há mais de 10 ANOS, buscando a solução ideal e personalizada para que sua empresa atinja seus objetivos com ASSERTIVIDADE e INTELIGÊNCIA

Gestão Comercial
Marketing Digital
Eventos Corporativos
Inteligência em Feiras e Eventos
Comunicação Visual
Montagem de Estandes
Buffet e Recepcionistas



Quem também está confiante no progresso da região é o empresário Paulo Roberto da Costa, diretor da Tropical Urbanismo e Incorporação, empresa que faz parte do grupo empreendedor do Antares, juntamente com a CMC/BCI e a Innovar/Aeroar.

Segundo dados de 2018 da Anac, Goiás tem 1.448 aeronaves registradas, sendo que, destas, 1.011 estão em operação. Trata-se maior frota em operação da região Centro-Oeste, não perdendo nem mesmo para Mato Grosso

que, apesar de ter 1.536 aeronaves inscritas, conta com apenas 997 em atividade. A frota goiana, que ocupa o sétimo lugar no ranking nacional, também é responsável por transformar o Estado em referência quando se trata de manutenção de aviões. Atualmente, existem cerca de 40 empresas do ramo atuando no Estado, sendo que 32 estão situadas em Goiânia.



www.painel**logistico**.com.br



Logística na Cadeia Fria

De alto custo, cold chain de fármacos investe continuamente para atender com excelência o cliente final: o paciente.

Alternando entre o sexto e sétimo lugar entre os maiores do mundo, o mercado brasileiro de medicamentos, deve - em até três anos - conquistar a quinta posição. A expectativa, do diretor-presidente da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), de Jarbas Barbosa, manifestada no final do primeiro semestre deste ano, reflete o momento do setor, mesmo em um ano de crise política e econômica no País, favorecido por fusões e aquisições e a importância da criação da ANVISA, em 1999, que elevou os patamares de qualidade na produção de medicamentos e fez com que o Brasil começasse a ser respeitado internacionalmente.

Em 2016, a venda de todos os tipos de medicamentos somados subiu 12,69%, com 3,5 bilhões de unidades comercializadas no comparativo com o ano anterior. Em 2017, a escalada foi um pouco menor, mas chegou a 11,5% em receita - número, inclusive, acima do esperado pela indústria para um período recessivo. Para este ano, menos otimismo com boa performance. O Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo - Sindusfarma anunciou expectativa de expansão de cerca de 8% até dezembro.

No Brasil, as plantas farmacêuticas nacionais e multinacionais, segundo especialistas, são de alto nível, mas ainda falta mais controle na ponta final da cadeia. O país tinha

em 2015, segundo dados da NTC&Logística, aproximadamente 70 mil pontos de venda e um sistema de controle de inspeção inadequado. Tal fiscalização é de responsabilidade dos estados e municípios, mas os órgãos estaduais não têm gente suficiente para realizar o trabalho como deve ser feito.

Problema antigo e conhecido de quem atua neste mercado, em 2015, o consultor de empresas para a área de saúde e ex-presidente de seis das maiores companhias farmacêuticas brasileiras, Nelson Libbos, em colaboração para o estudo "Transporte de Medicamentos no Brasil - Cenário Atual e Futuro do Setor" já alertava sobre questões relacionadas ao controle da cadeia fria: "A indústria armazena o medicamento adequadamente e exige que o transporte seja feito da mesma maneira. O problema é que o controle da indústria não chega ao varejo. Se cuidamos da etapa produção, alguém tem que cuidar do transporte e armazenagem, pelo menos por meio de amostragem", disse.

Libbos já percebia à época que "existe uma forte regulação e controle sobre as redes e distribuidoras, mas nas farmácias a inspeção é de responsabilidade do município, ou seja, as réguas são diferentes". O consultor diz ser um equívoco as inspeções das fábricas serem feitas pelos estados e municípios quando deveriam ser de responsabilidade do órgão regulador (ANVISA), pois, assim, garantiriam a aplicação dos mesmos critérios a todas".



ESPECIAL



Mundialmente, o mercado da logística farmacêutica é gigante. Dados do relatório IMARC apontam que o volume total de negócio dos serviços logísticos da área da saúde deverá passar dos atuais US\$ 8,5 bilhões para US\$ 13,4 bilhões em 2020. De acordo com a OMS, 8 dos 10 fármacos mais vendidos no mundo são derivados de substâncias sensíveis à cadeia fria, e 54% dos 50 fármacos mais vendidos também têm esta característica.

E quando o assunto é logística farmacêutica, itens como integridade e segurança do produto na cadeia de suprimentos são, e sempre serão, fatores prioritários para a indústria. Contudo, a convergência entre custo e concorrência é o incremento do portfólio com constantes lançamentos de novos medicamentos, regulamentações cada vez mais rígidas e o crescimento do consumo, podem fragilizar tais aspectos de suma importância.

É muito alto o preço que se paga por uma eventual falha na cadeia logística farmacêutica controlada por temperatura. Além de poder desencadear drásticas conseqüências às fabricantes, como penalidades, queda nas vendas, prejuízos à confiabilidade da marca (o que pode ser até irreversível), o pior dos fatores é o comprometimento de quem está na ponta de todo este processo. A cold chain do setor de fármacos, que inclui desde a concepção, armazenamento, até o transporte do produto, preservando todas as condições de refrigeração e garantindo a conservação dos medicamentos, é tradicionalmente de alto custo e passível de falhas dada a complexidade. Daí a necessidade de investimentos contínuos para atender com excelência o cliente final: o paciente.

Um dos maiores desafios está no transporte. Deslocar produtos com controle de temperatura em um País tropical e garantir que cheguem ao destino final com todas as características asseguradas, é uma tarefa árdua. Quando um distribuidor recebe um medicamento fora das especificações adequadas, ou seja, inservível, entra em cena outro ator do processo, a logística reversa, que gera custos

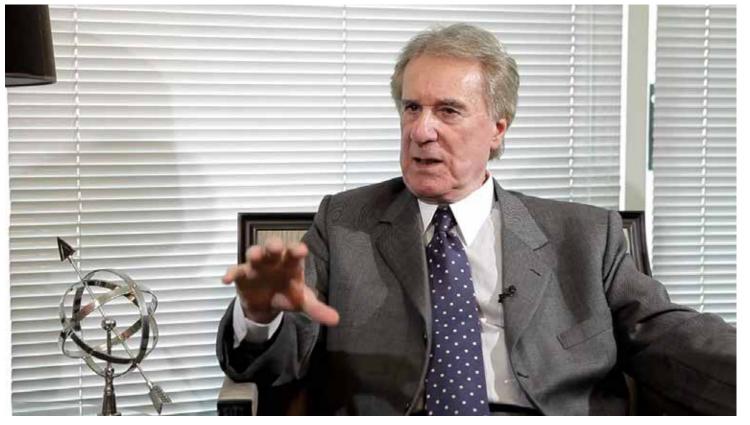
muitas vezes não previstos com devoluções e nova entrega, além, é claro, dos prejuízos à imagem das empresas envolvidas no projeto logístico que não deu certo.

Para lidar com este cenário, a indústria e os provedores logísticos apostam, principalmente, em estratégias de custo, processos logísticos consistentes, embalagem e tecnologia. "A segurança do paciente é um tema sempre presente, tanto que ganhou um programa da Organização Mundial de Saúde (OMS) que tem como objetivo trazer reflexões e implementações de boas práticas para garantir essa questão que é fundamental para qualquer sistema e unidade de saúde", lembra o presidente da UniHealth Logística Hospitalar, Domingos Fonseca.

Com o avanço das soluções tecnológicas, Fonseca afirma que "não podemos deixar de olhar, no contexto da saúde, para o paciente e suas necessidades de monitoração e rastreabilidade em todos os processos de atendimento para um total controle de prescrições e das práticas profissionais a que é submetido e que interferem diretamente na evolução, para o bem e para mal".

De acordo com o executivo, o mecanismo faz todo o sentido em um cenário onde, de um lado nos colocamos na era da quarta revolução industrial - marcada pela convergência de tecnologias digitais, físicas e biológicas - e do outro, temos estatísticas que apontam que um em cada dez pacientes no mundo é prejudicado por erros durante o atendimento hospitalar.

Para a segurança deste paciente e das instituições médicas que com ele atuam, cada vez mais precisamos convergir para práticas alicerçadas em infraestrutura, máquinas e big data que integrem toda a composição de seu atendimento, dentro ou fora da unidade de saúde, mas sempre dentro de um sistema universal de saúde", defende Fonseca.



"A segurança do paciente é um tema sempre presente, tanto que ganhou um programa da OMS que tem como objetivo trazer reflexões e implementações de boas práticas para garantir essa questão que é fundamental para qualquer sistema e unidade de saúde"

Domingos Fonseca, da UniHealth Logística Hospitalar

www.painellogistico.com.br

BATERIA MOURA TRAÇÃO. ENERGIA PRESENTE NOS PRINCIPAIS FABRICANTES.



BATERIA MOURA TRAÇÃO.

UMA MÁQUINA

DE PRODUTIVIDADE.





A Bateria Moura Tração é peça original dos principais fabricantes de máquinas. Ela é o produto ideal para quem quer aumentar a produtividade. Isso porque oferece mais ciclos e gera até o dobro de energia. Por ter uma placa plana blindada, é mais robusta, requer menos manutenção e passa menos tempo parada. Garanta o melhor custo - benefício. Escolha Moura Tração.



ESPECIAL



No que tange a logística hospitalar, Fonseca chama a atenção para a necessidade de uma atuação completa da cadeia, a partir do gerenciamento de compras e armazenamento de medicamentos e insumos médicos, controle inteligente de estoque e demanda, da distribuição assertiva destes produtos para as unidades de atendimento, do controle de prescrição e dispensação dentro das unidades, e da rastreabilidade até a administração do paciente no beira leito. "É uma condição sine qua non, em um processo evolutivo sem volta que, com ou sem crise, precisa e irá evoluir em maior ou menor velocidade, para o bem de todos", finaliza.

"A produção de medicamentos e produtos para a saúde passa por rigoroso processo, incluindo as boas práticas de fabricação, controles e análises para a garantia da qualidade, além do atendimento das necessidades específicas do produto fabricado. Nesse cenário, a qualificação de equipamentos e ambientes nas atividades de armazenagem, distribuição e transporte de medicamentos e insumos farmacêuticos é a garantia de que o produto manterá todas as características, assegurando, assim, a qualidade e eficácia", reforça o analista técnico do Grupo Polar, Eduardo Nishimoto.

Ele lembra que a garantia de toda estabilidade dos produtos depende também de fatores como temperatura, umidade e luz. "Galpões, docas e armazéns com temperatura controlada e umidade relativa, podendo ou não ter sistema de ar forçado, devem ser qualificados no intuito de verificar a homogeneidade da temperatura no interior desses ambientes e, assim, certificar que os produtos a serem armazenados estão em conformidade com os requisitos exigidos pela Anvisa e pelo fabricante. Principalmente porque a conservação de produtos farmacêuticos é baseada em estudos de estabilidade e alterações físicas, químicas e microbiológicas. Quando expostos a condições de temperatura fora do especificado, produtos podem sofrer alterações nas características, impactando diretamente a qualidade".

Nishimoto exacerba ainda o quanto é fundamental que pontos críticos sejam conhecidos, analisados e até mesmo isolados, quando necessário. "Por meio da qualificação também deve-se conhecer o ponto mais frio e mais quente para monitoramento constante. Mesmo armazéns que mantém a temperatura entre 15°C e 30°C devem ser qualificados porque é sabido que alguns locais dentro destes ambientes podem sofrer variações, atingindo temperaturas superiores a 30°C".

"Equipamentos que armazenam produtos com temperatura entre 2°C e 8°C e até mesmo com temperaturas negativas devem receber o mesmo cuidado e atenção para que cumpram e operem com as especificações de fabricação e que todo o ambiente interno deste equipamento seja altamente confiável. Conforme o capítulo XIII da RDC 17, os equipamentos devem ser projetados e instalados de forma a assegurar às operações que sejam realizadas, diminuindo os riscos de erros e evitar efeito negativo na qualidade dos produtos", diz o analista do Grupo Polar. E completa: "Refrigeradores, freezers, câmaras frias, câmaras climáticas, autoclaves, banho maria, veículos refrigerados e/ou isotérmicos e containers devem ser qualificados anualmente, para garantir que se mantenham capazes de atingir os resultados esperados".

Lançamento do Grupo Polar (veja matéria completa na sequência), a primeira linha de PCMs (Phase Change Materials) nacional, que são atóxicos e permitem armazenar energia térmica por mais tempo, promete resolver questões ligadas à variação de temperatura. "Os PCMs chegaram para entregar o que todo o pessoal da logística farmacêutica procura, uma temperatura constante e estável, sem picos para cima ou para baixo, que garantem a qualidade, eficácia e segurança dos nossos produtos farmacêuticos", diz o diretor de operações do Grupo Polar, Ricardo Miranda.

O engenheiro químico do Grupo, Anderson Fernandes, que integrou o processo de desenvolvimento dos PCMs, explica que o maior diferencial da nova linha de produtos é que eles são constituídos para alterar o ponto de fusão e mudar a faixa de estabilidade que se deseja dentro da embalagem térmica, possibilitando, consequentemente, transportar produtos por longos períodos de tempo sem variações expressivas de temperatura.





Simpósio do Grupo Polar reúne *players* da cadeia fria

Evento referência no calendário da indústria farmacêutica reuniu, pelo quarto ano consecutivo, dezenas de profissionais para discussão de tendências e soluções para o mercado.

O Simpósio Grupo Polar, referência no calendário da indústria farmacêutica, reuniu pelo quarto ano consecutivo os maiores *players* da cadeia fria para discutir tendências e apresentar novas soluções mundiais para o mercado. O evento, fechado e exclusivo para convidados da companhia, foi realizado no último dia 25 de outubro, em São Paulo-SP, e contou com a presença de dezenas profissionais da indústria farmacêutica, veterinária e diagnóstica, distribuidores e operadores logísticos.

O grande destaque desta edição foi o lançamento da primeira linha de PCMs (Phase Change Materials) nacional, que são atóxicos e permitem armazenar energia térmica por mais tempo. Segundo o diretor do Grupo Polar, Paulo Vitor, a empresa investiu muito em pesquisa e desenvolvimento. "Fomos buscar tecnologias na Europa e Estados Unidos, visando atender à demanda que o mercado vem exigindo. Com isso vamos conseguir suprir as necessidades que nenhum outro fornecedor no Brasil consegue atender", disse.

Quem mostrou muito entusiasmo com o novo projeto do Grupo foi a farmacêutica Liana Montemor, que hoje está à frente do "Centro de Desenvolvimento Estratégico em Cold Chain" da empresa. Ela afirma que o lançamento revolucionará o mercado, além de manter o Grupo Polar líder no fornecimento de serviços e elementos da cadeia fria.

O engenheiro químico do grupo, Anderson Fernandes, que também participou do desenvolvimento dos PCMs, explicou que o maior diferencial da nova linha de produtos é que eles são constituídos para alterar o ponto de fusão e mudar a faixa de estabilidade que se deseja dentro da embalagem térmica, possibilitando, consequentemente, transportar produtos por longos períodos de tempo sem variações expressivas de temperatura.

O diretor-assistente da Associação Internacional de Transporte Aéreo (IATA), Ronald Schaefer, marcou presença no Simpósio e falou sobre as vantagens que a certificação CEIV Pharma pode trazer ao mercado, enfatizando a melhora da qualidade dos transportes de produtos farmacêuticos, para que não cheguem com desvio de temperatura ao destino final.

A segurança do paciente e o papel de cada um dos stakeholders da indústria também foi pauta do evento. O analista de qualidade sênior da Bayer, Rogério Nogueira, contou um caso prático sobre qualificação de embalagem atendendo os requisitos do Guia da Anvisa e ressaltou que todas as áreas envolvidas precisam se sensibilizar, não só por exigência do órgão regulatório, mas para salvar vidas.



Em um país continental como o Brasil, com infraestrutura ruim, o maior desafio é manter a temperatura controlada. "Os PCMs chegaram para entregar o que todo o pessoal da logística farmacêutica procura, uma temperatura constante e estável, sem picos para cima ou para baixo, que garantem a qualidade, eficácia e segurança dos nossos produtos farmacêuticos", esclareceu o diretor de operações do Grupo Polar, Ricardo Miranda.

Ainda no evento, a supervisora de qualidade da DHL Supply Chain, Lucimeire Sola, apresentou as estratégias que a empresa adota na qualificação de ambientes (armazéns, câmaras, freezers) e veículos refrigerados. "Além de gerenciar de perto a performance das rotas de nossos clientes, treinamos nossos condutores a operar os veículos de maneira correta, como ligá-los com antecedência para que a temperatura esteja adequada no momento em que os produtos são embarcados."

O Head of Quality and Management da AGV Logística, Kleber Fernandes, explicou como é fazer a gestão de crise e plano de continuidade de negócios, citando como exemplo a greve dos caminhoneiros ocorrida em maio, que paralisou as entregas este ano. O executivo considera fundamental um planejamento prévio, para tentar diagnosticar o maior número possível de variáveis.

Com isso, é caracteriza a diminuição de impactos na hora que surge o problema. "A ideia não é ter um plano B, mas ter um C e D também, porque muitas vezes o que foi pensado num primeiro estágio nem sempre se enquadra. Então é preciso mais de uma alternativa para ter sucesso no plano de continuidade de negócios na prática".



Thermo King lança campanha de manutenção preditiva

Rede de Concessionários Autorizados se prepara para atender o Brasil e a América Latina.

A Thermo King - empresa do grupo Ingersoll Rand®, fabricante de soluções para o transporte com controle de temperatura, lançou uma campanha com o objetivo de alertar os motoristas e transportadores que circulam pelas estradas brasileiras sobre a importância das manutenções preditivas nos equipamentos de refrigeração. Toda empresa necessita de um planejamento adequado para prevenir possíveis interrupções e imprevistos na produção. Quando se diz respeito ao transporte refrigerado, o impacto de uma falha no sistema ou quebra de equipamento pode colocar em risco as mercadorias transportadas, causando prejuízos transportador e à empresa contratante. No Brasil, desde 1974, a Thermo King é pioneira no desenvolvimento de soluções no controle de temperatura para transportes, incluindo unidades de refrigeração para logística de perecíveis e equipamento de ar condicionado para ônibus.

Segundo a líder de pós-vendas da Thermo King na América Latina, Alessandra Sales, com a aproximação do final do ano, o consumo das famílias cresce por conta das festas e comemorações. E a chegada do verão demanda condições de trabalho diferenciadas, devendo os equipamentos de refrigeração estar preparados para atender às bruscas variações de temperatura.

Por isso, a campanha, que vai de setembro a novembro de 2018, foi criada para convidar os clientes a aproveitarem esse período prévio ao aumento da demanda e prevenir paradas e falhas componentes dos equipamentos. "O nosso objetivo é prevenir para que os nossos clientes não tenham equipamentos parados. Sabemos que caminhão parado é perda de dinheiro. Por isso, estamos lançando esta campanha para que nossos clientes possam aproveitar vários benefícios comerciais ao realizar a manutenção preditiva", enfatiza.

Novas rotas e mercados do setor de distribuição estão surgindo por todo o Brasil. Nos últimos anos, houve aumento no transporte de medicamentos e vacinas (fármacos); no de cosméticos, que precisam de refrigeração, e no de alimentos, principalmente processados, sobretudo nos grandes centros urbanos.

"A produção e consumo de alimentos no Brasil, assim como as exportações, vêm crescendo substancialmente, aumentando, portanto, a demanda por transporte refrigerado, seja para o transporte primário (do fabricante até um centro de distribuição) ou para o transporte secundário (do centro de distribuição para lojas, supermercados, entre outros.)", ressalta Dario Ferreira, Diretor da Thermo King para América do Sul.



A campanha recém-lançada une dois objetivos: alertar para a importância da manutenção preditiva e também fortalecer a área de serviços. "Com uma equipe especializada em solucionar problemas, a manutenção se torna mais especializada e menos impactante para o transportador no dia a dia", ressalta Alessandra. "A manutenção feita no tempo certo e da maneira correta reflete em todos os elos da cadeia do frio".

Para participar da campanha, os clientes Thermo King deverão entrar em contato com a Rede de Concessionários Autorizados e fazer um agendamento. A grande vantagem é que, com atendimento especializado e uma equipe treinada, o cliente possa fazer tanto o check-up da unidade de refrigeração quanto realizar a troca de óleo, filtro, correia e outros itens básicos. Por meio da expertise da rede, será possível fazer um diagnóstico completo, sendo verificado diversos itens no equipamento. E, caso seja preciso, a manutenção corretiva poderá ser realizada.

Outro diferencial da Thermo King é que a campanha é voltada não apenas para o Brasil, mas para toda a América Latina. Com isso, os clientes que cruzam fronteiras podem ter a segurança de um atendimento padronizado.

www.painel**logistico**.com.br



SOLUÇÕES COMPLETAS PARA INTRALOGÍSTICA



LOCAÇÃO, VENDA E MANUTENÇÃO

DE EMPILHADEIRAS



DE BATERIAS TRACIONÁRIAS





LOCAÇÃO E VENDA

DE EXTRATOR DE BATERIAS



VENDA DE

AGUA DE BATERIA



DE PALETEIRA MANUAL





Workshop debate os "Desafios Logísticos no e-commerce e os benefícios para os consumidores", em Atibaia

O evento, uma iniciativa da DRS Soluções em Marketing e Eventos, reuniu mais de 250 profissionais.

No último dia 18 de outubro, a cidade de Atibaia, no interior de São Paulo, foi palco de mais um evento da série "Workshop de Logística: Soluções e Tendências", com o tema "Desafios Logísticos no *e-commerce* e os benefícios para os consumidores". Estrategicamente cortada por importantes rodovias – a Fernão Dias e a Dom Pedro I – e a menos de 100 quilômetros das rodovias dos Bandeirantes, Anhanguera e Dutra, Atibaia fica próxima também dos aeroportos internacionais de Guarulhos (68 km) e Viracopos (82 km), o que vem atraindo investimentos para a região e importantes discussões entre os profissionais dos mercados de logística e intralogística.

O workshop, uma iniciativa da DRS - Soluções em Marketing e Eventos, trouxe melhores práticas e soluções para um nicho de mercado em ascensão, o *e-commerce*. Segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), foram R\$ 3 bilhões investidos em manuseio, armazenagem e transporte de 204 milhões de pacotes, só em 2017. Para 2018, a expectativa de crescimento é de 15% nas vendas, acima dos 12% no ano passado. Com o *e-commerce* cada vez mais aquecido e o consequente aumento da demanda logística, surgem novos desafios e a necessidade de operações rápidas e eficientes.

No temário do evento, palestrantes das empresas SGR, PepsiCo, AGV FMCG, C&A, Magazine Luiza, Souza Cruz, GS1, Drogaria Onofre e Hyster-Yale Group abordaram os temas Malha Logística – Desafios e Oportunidades da Multimodalidade; Novas Tecnologias em Movimentação e Armazenagem; Soluções e Tecnologias na Logística 4.0; A importância dos Centros de Distribuição; A importância das pessoas no processo logístico; Varejo Multicanal e E-Commerce; Desafios do Cenário Econômico e suas Oportunidades.







www.painel**logistico**.com.br



O workshop contou com a presença de mais de 250 profissionais e executivos de diversos setores da indústria, transporte, movimentação, armazenagem, serviços logísticos, tecnologia da informação, automação, atacadistas e varejistas, distribuidores, supermercadistas, condomínios logísticos e consultorias. Destaque para a presença do VP de Desenvolvimento Regional da Abralog, Márcio Frugiuele e da presidente da Câmara de Vereadores de Atibaia, Roberta Barsotti.

"A logística está ligada à rapidez com que um produto adquirido em um site chega ao consumidor final. Para isso, entra em cena a gestão de dados, controle de estoque, distribuição e rastreabilidade. Essas ferramentas permitem o lançamento de tendências, produtos e serviços com muito mais agilidade. É muito importante para Atibaia receber uma programação como essa, em que temos a exposição de cases e o compartilhamento de conteúdo e experiências", destacou a presidente Roberta.

WORKSHOP DE LOGÍSTICA SOLUÇÕES E TENDÊNCIAS Desafios Logísticos no E-Commerce **Palestrantes** Pepsico C&A Lexmark Souza Cruz AGV Logistica Hyster - Yale Group Senai Morvan Figueiredo SAUR HYSTER-YALE Atibaia SENAI DRS DUNGHEINRICH SGR (BYD) AGV COMBILIET www.logisticaws.com.br

"É muito gratificante ouvir do público que o objetivo do workshop, de promover um espaço propício para o compartilhamento de experiências e troca de know-how entre os profissionais, foi conquistado. Sucesso que não poderia ser alcançado sem a parceria com as empresas AGV FMCG, BYD, Combilift, Fronius do Brasil, Hyster-Yale Group, Jungheinrich Brasil, SAUR Equipamentos, SGR e Translift", destaca o diretor Executivo da DRS e do portal e revista Painel Logístico (apoiador de mídia), Deivid Roberto.

O "Workshop de Logística: Soluções e Tendências" contou ainda com o apoio da Prefeitura da Estância de Atibaia, Abralog, Setcesp, SENAI - Morvan Figueiredo, GS1 Brasil e da Associação Comercial e Industrial de Atibaia, além da parceria de mídia com o portal e revista Painel Logístico.







E ARMAZENAGEM DE **PONTA A PONTA**

fabricação nacional, a melhor cobertura de mercado, um pós-venda especializado e profissionais sempre próximos de você.









Acordo Brasil e Chile - O Início da inserção do Brasil no Cenário Internacional

Por André Cruz, gerente de Acordos Comerciais da Thomson Reuters Brasil.



Apesar de estar entre as dez maiores economias do mundo, o Brasil ainda é um país pouco integrado à economia mundial. A média das exportações e importações brasileiras é pouco menos de um quarto do PIB nacional, que foi cerca de US\$ 2 trilhões em 2017. Esse cenário é bem diferente em alguns países da América Latina com potencial comercial igual ou inferior ao brasileiro. No Chile, por exemplo, as exportações e importações representam 62% do Produto Interno Bruto (PIB). Outros membros da Aliança do Pacífico, que reúne Chile, Colômbia, México e Peru, encontram-se em situação similar. Destaque para a Colômbia, com 40% de seu PIB vindo de importações e exportações, o Peru, com 50%, e o México, com 64%. Esses dados foram publicados no relatório econômico da OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico) de 2018.

A atual situação do Brasil reflete algumas décadas de políticas voltadas para o mercado interno, incluindo a estratégia de industrialização por meio da substituição de importações. Ao participar pouco do comércio internacional, o Brasil permaneceu à margem das grandes cadeias de valor globais. Hoje, o único país com quem o Brasil tem mantido alguma ligação relevante na região é a Argentina, enquanto os membros do bloco Aliança do Pacífico estão fortemente interligados por relações comerciais substanciais, não apenas entre eles como com outras economias desenvolvidas ao

redor do mundo, como é o caso do Canadá, da Austrália, da Nova Zelândia e de Cingapura. O principal reflexo disso são as barreiras comerciais elevadas, fazendo com que consumidores e empresas nacionais paguem preços muito mais elevados do que os de outros países.

Esse cenário precisa começar a mudar. O primeiro passo foi a criação do Comitê Regulatório Brasil-Chile, na primeira quinzena de setembro. Isso abre as portas para a assinatura de um acordo de livre comércio entre os dois países, que pode ser finalizado até o fim do ano. Um dos grandes potenciais desta ação é a possível redução tarifária sobre os bens de capital. Na América Latina, as empresas brasileiras são as que menos usam insumos importados e isso contribui para a baixa produtividade atualmente enfrentada pelo país. Hoje, o Chile é apenas o 18º país que mais investe no Brasil, de acordo com os dados mais recentes do Banco Central.

Além disso, esse acordo seria um meio eficaz de beneficiar o desempenho das exportações brasileiras, que caiu quase 25% nos últimos 15 anos, assim como um importante passo para a necessária aproximação do Brasil à Aliança do Pacífico. Pode não parecer, mas um movimento nesse sentido poderia fomentar o crescimento e o progresso social do Brasil. Isso porque o efeito mais evidente e imediato de barreiras comerciais menores é a queda no preço dos importados aos consumidores. Algumas estimativas sugerem que o poder de compra dos brasileiros poderia aumentar em 8% sem as barreiras comerciais atualmente existentes.

Ainda mais porque esses benefícios são altamente progressivos, uma vez que as famílias de menor renda gastam uma parte maior de seus ganhos em comida, eletrodomésticos, móveis e roupas. Tarifas menores trariam benefícios aos consumidores mais pobres, que são a maior parcela da população e que, portanto, impulsionam o consumo.

A urgência que se vê especialmente por parte do Governo brasileiro, na tentativa de promover a assinatura desse acordo ainda no ano de 2018, se deve, muito provavelmente, à baixa perspectiva de reformas estruturais em ano de eleições.



E essa posição é coerente, pois o Brasil não pode ficar parado até que ocorra o consenso político sobre todas as agendas de reforma interna. Um acordo comercial que coloque o Brasil na rota do segundo maior bloco América Latina comercial da pode certamente aperfeiçoar o ambiente de negócios e, em última instância, amadurecer o processo de transição para uma economia mais aberta. Além da redução das barreiras tarifárias, a convergência das regras comerciais e das normas regulatórias também poderia desempenhar um papel importante no processo de maior integração do Brasil ao cenário internacional.

Por fim, mas não menos importante, vale destacar a revogação, em 2020, do acordo marítimo de reserva de cargas existente entre Brasil e Chile, recentemente comunicado pela CAMEX. Essa decisão vai proporcionar redução no custo de fretes e insumos e aumento nos níveis de produtividade, já que, a partir de agora, o transporte marítimo entre os dois países poderá ser feito em regime de livre concorrência.

Portanto, tanto a assinatura do acordo comercial quanto a já tardia, embora prudente, revogação do acordo de reservas de cargas entre Brasil e Chile, se consolidam como importantes mecanismos de inserção do País dentro de uma economia mais aberta e, consequentemente, mais próspera.

Uso de *blockchain* na Logística dá mais segurança à linha de produção

Por Jefferson Castro, gerente de produto da Atech



O blockchain promete uma série de avanços na cadeia de suprimentos, dando mais eficiência, visibilidade e transparência às operações. A tecnologia, que inicialmente era usada apenas para transações com bitcoins, funciona como uma base de dados distribuída, em que os blocos de informações vão se conectando e formando um contexto mais completo, seguro e rastreável.

Dados divulgados em setembro deste ano pelo IDC apontaram que, até o final de 2018, devem ser gastos US\$ 2,1 bilhões no desenvolvimento de produtos e serviços utilizando o *blockchain*. No Brasil, as empresas ainda estão

dando os primeiros passos nessa tecnologia, já que, segundo o levantamento feito pela consultoria, de 4,2 mil *startups*, apenas nove estão aplicando blockchain nos negócios. O país ocupa a 11ª posição no uso de *blockchain*.

Na Logística, a jornada *blockchain* permite que todos os produtos tenham sua jornada rastreada em todos os momentos da cadeia de produção. Diante deste cenário, a implementação de tecnologias de *blockchain* pode ajudar as empresas a registrarem preços, datas, localização, qualidade, conformidade e outros dados relevantes para gerenciar com eficiência a cadeia de suprimentos.

Com isso, é possível garantir a qualidade final dos itens, fortalecendo a imagem corporativa ao garantir a confiabilidade dos insumos usados na fabricação e a segurança na entrega, aumentar a visibilidade, a transparência e a conformidade de todos os contratos e processos, aumentando a credibilidade e a confiança pública nos dados compartilhados, reduzir gastos com papelada e custos administrativos, e aumentar o engajamento entre todas as partes envolvidas, desde a produção até o cliente final.

Confiabilidade na linha de produção - sem transparência, segurança e rastreabilidade, seja em cadeias de suprimentos globais ou locais, - é extremamente complicado identificar se existe alguma fraude ou prática ilícita nas linhas de produção. A tecnologia *blockchain* na área de logística permite verificar a origem e a autenticidade dos suprimentos que fazem parte de cada etapa da cadeia, garantindo a qualidade do produto final.

www.painel**logistico**.com.br



Qualidade e alta performance em Movimentação



Locação • Peças • Serviços • Equipamentos















Contratos inteligentes, que passam a ser um dos blocos da cadeia, definem as regras sobre as transações e automatizam as interações entre as partes.

Na fabricação de aviões, por exemplo, o *blockchain* pode facilitar a garantia da qualidade dos suprimentos. Na transação de peças que vão ser usadas na montagem da aeronave, contratos inteligentes podem rastrear a procedência de cada peça conforme a integração aos processos logísticos.

O trajeto desde a linha de produção até o local onde vai ser usada na montagem é longo: a peça sai da fábrica em um caminhão contêiner que é descarregado no armazém em um determinado porto. Dali, esse contêiner é enviado ao porto de destino, onde é carregado em um caminhão, entregue na distribuidora e, então, encaminhado ao destino – o pátio da empresa fabricante.

Como o blockchain funciona como um bloco de informações, em que todos os processos e transações formam um histórico único e criptografado de ponta a ponta,

e com a inserção de contratos inteligentes nessa cadeia, é possível garantir a integridade dos processos e ter certeza de que a peça que chegou ao pátio de montagem é a legítima.

Um contrato inteligente funciona como se fosse um contrato normal firmado entre duas partes, com a diferença de que ele é digital, não pode ser perdido ou adulterado, e é executável. Com isso, é possível garantir a execução de acordo automatizado, eliminando intermediários e, consequentemente, gerando menos burocracia e mais agilidade.

Na saída da fábrica, é gravado um número de rastreamento, que é digitalizado e se torna a primeira entrada no *blockchain*. A partir daí, todas as etapas da logística passam a ser monitoradas, independentemente do número de fornecedores e transportadores que manipulem o item.

Com isso, a tendência é que os processos logísticos se tornem cada vez mais automatizados e integrados à toda a cadeia produtiva, garantindo mais segurança e qualidade à linha de produção, evitando riscos e reduzindo custos.

Logística de importação: processo ou projeto?

Por Philippe Minerbo, diretor da Cosin México e da Cosin Consulting Brasil

A importação de produtos – mesmo com a recente alta do dólar – provenientes de países como China, Índia, Bangladesh e Indonésia continua a ter um papel fundamental para composição da diversidade do varejo nacional.

A importação atende a dois objetivos fundamentais do varejo: oferecimento de um mix diferenciado a um consumidor que está cada vez mais ávido por novidades e preços; e a possibilidade do aumento da margem bruta da categoria em relação a uma operação 100% nacional. Não por acaso, novas marcas continuam a chegar ao País baseadas neste modelo, seja na área de casa & decoração, presente & papelaria e moda.

No entanto, um processo de importação pode trazer grandes riscos aos resultados orçados em um varejista, especialmente aquele que trabalha com necessidade de coordenação como o varejo de moda.

Então, como fazer a gestão da importação de modo que essa gere e não subtraia valor dentro do *Supply Chain* de um varejista?

O primeiro ponto que é necessário entender: a importação para esse varejo é um processo ou um projeto? O que isso quer dizer?



Para um varejo de fluxo contínuo como um supermercado ou hipermercado que precisa compor sua variedade continuamente com itens de alimentos secos e bazar, por exemplo, a importação é um processo. Ou seja, a importação acontece o ano todo com base em um processo de strategic sourcing que se renova anualmente. Uma característica adicional é que são produtos industrializados e commoditizados — "make to stock". Não existe desenvolvimento específico.



O AGV Lince é perfeito para a movimentação, transporte, transferência e armazenagem de caixas, peças, cargas paletizadas, bandejas, bobinas, produtos de linha Branca e Marrom sem intervenção humana em linhas de produção, de abastecimento e de montagem em fábricas. Ele também é ideal para aplicações em centros logísticos por sua independência, flexibilidade e por proporcionar maior produtividade, além de ser um sistema versátil, que pode substituir e integrar-se a outros equipamentos ou sistemas.

O AGV Lince da Translift obedece à Norma NR12 e tem capacidade de carga customizável, velocidade até 60 m/min, sistemas de guiamento por indução magnética, ótica ou laser, podendo circular em ambientes secos, refrigerados e frigorificados sem restrição. Total segurança proporcionada por scanners a Laser de alto alcance embarcados nos AGVs.

Bem-vindo à Era da Intralogistica 4.0



Inovando a cada dial

www.transliftbr.com | (11) 3199-6200







ARTIGO



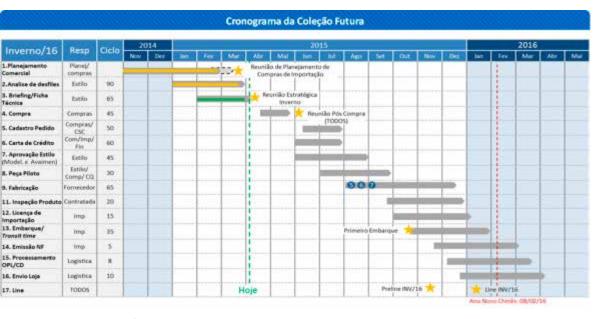
Já para um varejo de moda, a importação é um projeto, pois cada coleção concebida tende a produzir um resultado único em um determinado prazo. É a essência da definição do que é um projeto do PMBOK. Ou seja, tem que ser tratado como um projeto desde a análise de tendência até a venda dos produtos de moda nas lojas.

Por isso, são necessárias as ferramentas típicas de um projeto como cronograma com atividades, responsáveis e prazos; e uma figura análoga a de um PMO, para fazer a gestão das frentes que compõe um projeto, como escopo, prazo, recursos financeiros, humanos, suprimentos, entre outros.

Recentemente, tive a experiência de auxiliar um grande varejista de moda a estruturar a importação dele com base no conceito de projeto. No fim, de maneira quase paradoxal, foi um projeto para organizar um processo:

- Estruturar as datas:
- Garantir o alinhamento entre áreas;
- Definir prazos e responsabilidades;
- Considerar as diversas particularidades de origem/ tipo de produto;
- Dar a visibilidade dos processos em andamento;
- E estruturar a rotina de geração de indicadores, análise e tomada de ações (cancela/ adianta/ adia/ etc).

Desta forma, foi criado um cronograma gerencial para as reuniões de acompanhamento e um detalhado para gestão da rotina. Também foi estruturado um gráfico "waterfall" para controle dos diferentes status desde a produção até a chegada do produto no Brasil. Tudo isso com um "war room" em paralelo para garantir o desempenho do "projeto" vigente. Exemplos desses produtos estão a seguir:



Como resultado, a empresa conseguiu ter um controle muito melhor das etapas de importação, permitindo uma melhoria sensível no atendimento do planejamento comercial. Isso tem claramente reflexo nas lojas onde, por exemplo, uma calça jeans estilizada nacional precisa combinar, em um determinado momento, com uma blusa de malha importada desenhada para a estação de inverno e que é muito mais valorizada quando exposta junto à calça.

Finalmente, essa abordagem permitiu um aumento de vendas

"same store sales", ou seja, aumento de vendas por loja, com incremento de margem em bases comparáveis ano a ano.

Concluindo: estamos certos de que a importação é uma atividade que, cada vez mais, ganha importância no varejo nacional, seja ela de produtos industrializados, seja de vestuário e moda.

O grau de valor que essa atividade pode trazer passa em reconhecer inicialmente qual a natureza dela dentro do Supply Chain e gerenciá-la apropriadamente.

Em tempos de crise, uma parte importante das vendas e margem pode estar escondida dentro da importação. E substituir a importação não é o caminho que os varejistas têm adotado.

*Philippe Minerbo é diretor da Cosin México e da Cosin Consulting Brasil, consultoria de negócios e TI.

Mini-CV

Philippe Minerbo tem vasta experiência em Negócios, Sistemas, Gestão de Projetos e Transformação Digital, com atuação internacional nos EUA, México, Argentina, Tailândia e Canadá. É diretor da Cosin México e da Cosin Consulting Brasil, consultoria de negócios e TI. No México, é responsável pela implantação da nova operação, venda, estruturação e entrega de projetos, tendo como clientes atuais: C&A MX, Walmex, Grupo Actinver (financeiro). Pelas operações Brasil, é responsável por venda e entrega de projetos de Supply Chain, Centro de Serviços Compartilhados, Otimização de Processos e de Gestão em vários segmentos de negócio (varejo, indústria, serviços, farmacêutica, agronegócio) para clientes como Votorantim, Cervejaria Petrópolis, Raízen, Magazine Luiza, Lojas Leader, Onofre, Multicoisas, C&A, Walmart.Com, entre outros. É Líder das ofertas de Digital Supply Chain e Analytics, com desenvolvimento de visões, abordagens, metodologias e treinamentos, além de apoio nos processos de venda e entrega dos projetos relacionados aos temas. Teve passagens por empresas como Vivox Comércio Importação e Exportação, Instituto de Logística e Supply Chain (ILOS), Webb Consultoria, eBusiness e Outsourcing (atual Nimbi), Leo Madeiras, Máquinas e Ferragens, Touchdown Freight Inc., PwC, Rhodia e Dow Química. É formado em Engenharia Química pela Escola de Engenharia Mauá, com MBA, Master in International Management, Thunderbird, pela School of Global Management, em Negócios Internacionais (Phoenix, EUA), e pela Universidad Autónoma de Guadalajara (Guadalajara, México). Minerbo também participou recentemente de cursos e eventos de especialização executiva nos temas blockchain aplicado ao Supply Chain, Design Thinking, Pensando e Agindo como um CEO, além de Feiras Movimat e Cemat e Cursos On-Line (Estruturação Pensamento, Redes, Banco de Dados). Foi professor na Faculdade de Engenharia Industrial (FEI-SP), no curso Gestão Logística Empresarial, módulo Projetos de Supply Chain; e professor pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), no módulo Gerenciamento de Projetos no curso MBA Executivo Júnior.



Com os resultados que você procura!



Venda e locação de empilhadeiras Linde e Still



Assistência Técnica rápida e eficiente para todo o Brasil



Mais de 1000 máquinas já locadas no país



Prêmio de Melhor Pós-venda do mercado!



