PAINEL LOGÍSTICO

REVISTA ESPECIALIZADA EM LOGÍSTICA

Março/Abril de 2019 | edição nº 37

painellogistico.com.br

Crédito: Pessoas foto criado por freepik - br.freepik.com

ESPECIAL Logística Pet /Veterinária

BRASIL

2º MAIOR DO MUNDO EM POPULAÇÃO DE **CÃES, GATOS E AVES CANORAS E ORNAMENTAIS**

4º MAIOR DO MUNDO EM POPULAÇÃO TOTAL **DE ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO**

AGRONEGÓCIO

Investimentos são essenciais no setor

UNICÓRNIO BRASILEIRO

Confira entrevista exclusiva com o diretor de logística do iFood

Almap BBDO

Gollog: a experiência da GOL e os melhores serviços de entrega para o seu negócio.

Expresso com retirada no aeroporto
A carga é entregue com urgência que desejar e fica disponível para retirada nos aeroportos atendidos.

Expresso com entrega
Serviço de entrega rápida com cobertura para mais de 2.400 cidades.

E-Gollog
Ideal para lojas de e-commerce: rastreabilidade total da encomenda com preços pensados para o tamanho da sua empresa.

Ligue 0300 146 5564 ou acesse gollog.com.br e faça sua cotação.

GOL

Gollog
Serviço de cargas da Gol

MARCAMP

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

30 ANOS Experiência

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

PEÇAS GENUÍNAS

MÃO DE OBRA ESPECIALIZADA

GERENCIAMENTO DE FROTA

ESTRUTURA COMPLETA

MARCAMP - SOLUÇÕES EM INTRALOGÍSTICA

19 **3772.3333** www.**marcamp**.com.br Unidades Monte Mor | Campinas | Marilia | Ribeirão Preto | S.J. Rio Preto

INCLUA A PAINEL LOGÍSTICO EM SEU PLANO DE MÍDIA 2019

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

PAINEL LOGÍSTICO
REVISTA ESPECIALIZADA EM LOGÍSTICA

MAIS INFORMAÇÕES:

11 4417-5072 I 97318-0822
marketing@painel**logistico**.com.br
painel**logistico**.com.br

PAINEL LOGÍSTICO
REVISTA ESPECIALIZADA EM LOGÍSTICA

EDITORIAL

painellogistico
Painel Logístico
@painellogistico

Prêmios

Mídia Oficial

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 um País que possui mais de oito milhões de metros quadrados, o que não faltam são terras férteis para plantações e criações de inúmeras espécies de animais. O Brasil é o quarto maior no mundo em população de animais de estimação e dono de um variado e rico mercado pecuário. Por isso, nesta edição resolvemos abordar como está a logística neste segmento delicado e que ainda necessita de investimentos considerados básicos, como nos modais nacionais, para manter o bom desempenho.

No "Especial Logística Pet/Veterinária" conversamos com grandes *players* do setor que mostraram o real cenário do segmento no Brasil, indicaram os investimentos que estão realizando e em quais pontos ainda é preciso avançar.

Não muito diferente do panorama apresentado pelos entrevistados da matéria sobre "Operações Logísticas no Agronegócio". Apesar do agronegócio brasileiro contar com um vasto setor, afinal somos um dos maiores exportadores do mundo, todos são unânimes ao apontar que é preciso o governo começar a investir nos modais - isso desafogaria a malha rodoviária e ampliaria as ofertas de mercado.

A editoria "Entrevista" reserva uma verdadeira surpresa! Conversamos com exclusividade com o diretor logístico da iFood que dá uma verdadeira aula para os empreendedores que querem apostar no novo, mas ainda têm receios. Com apenas oito anos de mercado, a mega empresa já é um dos unicórnios nacionais - ou seja, vale mais de US$ 1 bilhão.

Outro destaque é a matéria sobre "Logística no Varejo". Hoje é inimaginável uma empresa varejista não contar com a tecnologia como aliada, especialmente nos diversos processos logísticos.

Além disso temos um especial com as maiores feiras que acontecem nos próximos meses: Agrishow, APAS Show, FCE Pharma e FCE *Cosmetique*.

Boa Leitura!

Diretoria Executiva e Vendas
Deivid Roberto Santos
roberto@painellogistico.com.br

Departamento Comercial
José Roberto Fernandes
Gerente Comercial
jfernandes@painellogistico.com.br

Marketing e Marketing Digital
DRS Soluções em Marketing e Eventos
Francisco Feitosa
Gerente de Novos Negócios
ffeitosa@drssolucoes.com.br
11 4417-5072

Arte e Diagramação
Point Design
Priscila Nunes Rezini
priscila@pointdesign.com.br

Administrativo e Financeiro
Sheila Parra
Gerente Administrativa/Financeira

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

Jornalismo
Conteúdo Empresarial
(13) 3304 - 7437

Editora-Chefe
Érica Amores - MTB 33.455

Jornalista
Michele Carvalho - MTB 72.524

/ Perfect Welding / Solar Energy / Perfect Charging

Fronius

ESTAREMOS NO EVENTO
VEÍCULO ELÉTRICO
17 A 19 DE SETEMBRO
TRANSAMERICA EXPO CENTER

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.

FRONIUS.COM.BR | VENDAS.CARREGADORES@FRONIUS.COM | 11 3563-3800

PAINEL LOGÍSTICO
REVISTA ESPECIALIZADA EM LOGÍSTICA

ÍNDICE

8 CAPA
LOGÍSTICA PET / VETERINÁRIA

15 AGRONEGÓCIO
Operações logísticas no agronegócio requerem investimentos para alavancar setor

22 ESPECIAL
SAS aposta em tecnologia internacional para alavancar mercado de empilhadeiras elétricas

29 ENTREVISTA
Quais as principais tendências para 2019?

35 GIRO LOGÍSTICO

- **Multilog foca no setor de saúde e ampliará áreas climatizadas**
- **TCP adiciona dois novos serviços com destinos para Europa, Mediterrâneo e Ásia**
- **Jamef Encomendas Urgentes inaugura nova filial em Campinas**

41 EVENTOS

- **Agrishow**
- **Circuito Logístico - Edição São José do Rio Preto**

47 ARTIGOS

- **Os desafios da logística de medicamentos de alta complexidade**
- **Como a cultura do erro pode impulsionar e revolucionar seu negócio**
- **Transformação Logística**

Créditos: Divulgação

Especial Logística Veterinária: setor cresce, mas ainda precisa de investimentos

Brasil é um dos maiores criadores de animais domésticos e domina a área pecuária mundial. Considerada por especialistas como delicada, a logística de saúde animal ainda precisa de atenção e investimentos

Nos mais de oito milhões de metros quadrados que compõem o território brasileiro, algo que não falta são fazendas, sítios, chácaras e lares que criam algum tipo de animal. De acordo com dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET), o Brasil é o quarto maior País no mundo em população total de animais de estimação, representando cerca de 132,4 milhões de pets.

Mas se engana (e muito) quem acredita que o segmento animal restringe-se apenas aos domesticados como cachorros e gatos. O Brasil conta com um importante e riquíssimo mercado pecuário e possui outros números impressionantes: segundo os dados mais recentes do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o País possui cerca de 226 milhões de cabeças de bois, ou seja, 22,64% do mercado mundial. Isso significa que o Brasil é o segundo maior produtor e o maior exportador de carne bovina.

Além disso, o País possui um dos maiores mercados de cavalos (5,6 milhões de animais), é o líder na exportação de carne e frango e é um dos cincos maiores produtores de leite, com 35 milhões de litros produzidos por ano.

E o que todos os animais têm em comum? Absolutamente todos, independente da espécie ou da maneira com que são criados, necessitam de investimentos e cuidados veterinários, já que este é um mercado amplo e que gera insumos à população. E é exatamente neste cenário que surge um dos segmentos mais delicados da logística: a de saúde animal.

Créditos: Divulgação

LOGÍSTICA VETERINÁRIA

Um dos grandes *players* do segmento é a Ourofino Saúde Animal que, há mais de 30 anos, opera com a fabricação e distribuição de produtos veterinários destinados a animais de produção e pets. Em uma área de 180 mil m², o complexo industrial, localizado em Cravinhos (SP), está entre os mais modernos do setor e atende as rigorosas normas locais e internacionais para fabricação de soluções para bovinos, equinos, aves, suínos, cães e gatos.

André Luiz Maia, gerente de logística da Ourofino Saúde Animal

De acordo com o gerente de logística da empresa, André Luiz Maia, a companhia conta com 4.200 clientes ativos e mais de mil colaboradores que atendem revendas, cooperativas, distribuidoras, agroindústrias e produtores rurais. Ao longo dos anos, a companhia criou um forte esquema de logística veterinária para atender todo o território nacional e outros países. Ao todo são cinco centros de distribuição avançados para a linha de grandes animais e um centro de distribuição avançado para a linha pet.

"O departamento de logística da Ourofino trabalha em três grandes frentes: a logística *inbound*, responsável pela intralogística da planta produtiva situada, a logística *outbound* nacional, que gerencia toda a cadeia de distribuição do produto acabado da fábrica até o cliente final no Brasil, e a logística internacional, que é responsável pelo processo logístico de importação de matérias-primas, máquinas e equipamentos e também pelo processo logístico de distribuição dos nossos produtos para as sucursais do México e Colômbia, além de vários distribuidores dos nossos produtos em outros países", comenta André.

A receita líquida da Ourofino Saúde Animal foi de R$ 589 milhões em 2018, um crescimento de 17%. Já o EBITDA ajustado alcançou R$ 132 milhões, aumento de 27% e o lucro aumentou 56%, equivalente a R$ 71 milhões. No segmento de animais de produção, as receitas líquidas subiram 15% no ano e alcançaram R$ 459 milhões, e o de animais de companhia registrou crescimento de 24%, totalizando R$ 76 milhões.

Outra gigante do setor é a Bayer. Há 120 anos no mercado nacional, a empresa também está presente na fabricação de produtos para a saúde animal e atende clientes diretos (grandes redes, atacados, cooperativas e agroindústrias) e distribuidores - o segmento de saúde animal corresponde de 2% a 3% do faturamento bruto da fabricante. Segundo o *head latam sul da Animal Health* da Bayer, Sérgio Schuler, as operações logísticas são realizadas pela empresa terceirizada AGV Logística que é especialista em armazenagem e logística de produtos veterinários.

"Após a produção e liberação de qualidade dos produtos Bayer em nossos sites, estes são transferidos e armazenados na AGV. De lá, seguem toda a logística para entrega nos clientes. Fazendo a logística por meio de uma empresa especializada conseguimos garantir a excelência em serviços de entrega", explica Sérgio.

"O cenário da logística veterinária no País é o mesmo cenário de todos os processos logísticos: falta de infraestrutura de distribuição (portos, aeroportos, rodovias), alta dependência do modal rodoviário, frota de veículos velha e falta de mão de obra especializada, além de baixo investimento em tecnologia de movimentação e armazenagem, entre outros aspectos. Podemos citar também as exigências regulatórias e de rastreabilidade como complicadores, além dos comentados, no segmento em que atuamos". André Luiz Maia, gerente de logística da Ourofino Saúde Animal.

No Brasil, a Nestlé PURINA® oferece uma linha diversificada, com sete marcas de produtos para cães e cinco para gatos e conta com uma fábrica em Ribeirão Preto (SP). A distribuição é realizada em todo o território nacional e em duas frentes principais: entregas diretas para as grandes redes varejistas e entregas para as lojas especializadas no segmento de alimentos para pets.

"É um cenário complexo em virtude da distribuição pulverizada, o que torna ainda mais desafiador o trabalho de logística. Uma das possibilidades é consolidar entregas de produtos *pet food* com itens de outras categorias, para que se ganhe em sinergia. Do ponto de vista interno, as unidades (fábrica e centros de distribuição) atuam de forma interligada para simplificar o planejamento. Na prática, isso acontece por meio da utilização do sistema *SAP*, com módulos específicos de processos logísticos, planejamento e outros procedimentos", comenta a empresa.

Já a Andreani Logística Brasil, líder em serviços de logística de alto valor agregado para as indústrias farmacêuticas, cosméticas, tecnologia médica, diagnóstica e produtos para saúde animal, atua há 18 anos no Brasil com o desenvolvimento de infraestrutura adequada às demandas, fornecendo serviços que integram a armazenagem, distribuição e a logística reversa dos produtos dos clientes.

A gerente de negócios da empresa, Leila Almeida, enfatiza que o setor representa 10% dos negócios da Andreani Logística e que a empresa atende oito clientes no segmento veterinário, entre serviços de armazenagem e transporte, como a Ceva Saúde Animal, Boehringer Ingelheim Saúde Animal, Norbrook e Mundo Animal. Para atender a demanda, a companhia possui armazéns especializados para o segmento nas regiões Sul, Sudeste e Centro Oeste, dos quais partem as distribuições dos produtos para todo o território nacional.

Para Leila, uma das fortes características é que o mercado logístico de saúde animal é extremamente exigente e exige cuidados diferenciados dos demais. "Embora existam semelhanças com o segmento de saúde humana, no que tange o controle de temperatura na armazenagem e transporte dos produtos biológicos, o portfólio de classes de produtos que compõe o mercado veterinário é mais variado, incluindo produtos perigosos e criogênicos, o que exige manuseio diferenciado. Outra diferença bastante significativa é que boa parte dos locais de entregas dos produtos veterinários estão localizados em regiões rurais e bem distantes das capitais. Devido a estas particularidades, a Andreani desenvolveu uma operação de armazenagem e transporte dedicado ao segmento veterinário, contando com frota e pessoal específico, mas mantendo os sistemas operacionais, tecnologia de informação e controle de processos utilizados no segmento farmacêutico".

De fato, o mercado é exigente e cresce cada vez mais. Dados mais recentes, segundo a ABINPET, apontam que, em 2017, o mercado pet brasileiro, por exemplo, faturou R$ 20,3 bilhões, tornando-se o terceiro maior do mundo, ao passo que o mercado pet veterinário cresceu 7%.

OTIMIZAÇÃO DOS PROCESSOS LOGÍSTICOS

Com relação à estrutura logística, a Ourofino Saúde Animal conta com processos robustos para otimização dos serviços como os sistemas de *WMS (Warehouse Management System)* e *TMS (Transportation Management System)* que contribuem para a garantia do nível dos serviços, melhorando a otimização e a produtividade da cadeia. A empresa também conta com a assistência da AGV Logística para assegurar as melhores práticas de mercado para o segmento. Além disso, a companhia tem uma planta fabril de alta tecnologia, um armazém central de 10 mil m², totalmente climatizado, e centros de distribuição alinhados com as boas práticas de armazenagem que o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) preconiza.

"Todos os nossos armazéns operam com tecnologia de *WMS*, radiofrequência e exatidão de inventário em mais de 99%. Também temos na indústria equipamentos de movimentação e armazenagem automáticos, que nos proporcionam produtividade e baixo índice de avarias. Em 2014, implantamos o *ERP SAP*, software de gestão que mantém as áreas integradas e sob uma plataforma segura", comenta André.

A grande aposta do setor de *Animal Health* da Bayer para otimizar os processos é agendar entregas nos principais clientes, garantindo eficiência e custo adequado com o uso de fretes dedicados, *tracking* do fluxo de entregas com data de expedição e data prevista de entrega, além de comunicação aberta para adequação das necessidades dos clientes.

Créditos: Divulgação

"Em um mercado cada vez mais exigente, temos como meta um nível de serviço cada vez maior. Nossas metas são medidas em *OTIF (On Time in Full)*, ou seja, devemos entregar os produtos na data acordada nos clientes na quantidade exatamente pedida por eles. Neste sentido é muito importante termos uma produção em nossas plantas em quantidades suficientes para atender totalmente a demanda. Temos investido constantemente em sistemas que melhorem nossa acuracidade de previsões de produção, além de investir também em melhorias de processos internos de faturamento e expedição. Estas ações fazem parte dos processos internos da Bayer e, além disso, cobramos de nosso operador logístico a mesma meta de *OTIF*", explica Sérgio.

A gerente comercial da Andreani Logística corrobora com a opinião acima e também acredita que cumprir prazos é uma das etapas fundamentais para a otimização dos processos logísticos no segmento.

"É primordial a análise do mercado em que o cliente atua e, em especial, as especificações do local de entrega para que os prazos sejam enxutos e os processos até o destinatário final atendam à expectativa dos clientes. Por ser um dos elos mais importantes da cadeia em relação à informação, deixamos de ser apenas um fornecedor de serviços e passamos a participar ativamente como parceiros estratégicos da indústria e distribuidores", comenta Leila.

Sérgio Schuler, head latam sul da Animal Health da Bayer.

Criando Soluções de Logística Sustentável

Um Grupo aberto para o Mundo

ID LOGISTICS

www.id-logistics.com/br

Nos últimos anos, a Andreani investiu em equipamentos e softwares para melhorar os processos logísticos. Agora é possível obter informação de rastreabilidade em tempo real de todo processo logístico, desde a entrada do pedido de venda até a comprovação de entrega no destinatário final. Além da automação de processos e uso de softwares para garantir a qualidade do manuseio dos produtos.

Tamanhos investimentos em modernizações de processos logísticos têm explicação. De acordo com estudo publicado pelo Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal (SINDAN), o Brasil é o quinto maior mercado global de produtos veterinários, representando 8% do total. No mercado nacional de produtos para saúde animal, o País movimentou R$ 5,34 bilhões em 2017, segundo dado mais recente publicado pelo setor.

O sindicato acredita que o aumento de produtos para saúde animal está diretamente ligado ao desempenho econômico da demanda por proteínas animais (80% do negócio), uma vez que o Brasil é um importante fornecedor. Já os animais domésticos, especialmente cães e gatos, representam os demais 20%.

Na área farmacêutica de saúde animal, os fármacos representam 64,5% do mercado nacional de produtos para saúde animal, enquanto os produtos biológicos (vacinas) atingem os 23,3% e os suplementos 12,2%.

MELHORIAS E INVESTIMENTOS NOS MODAIS

Algo que todos os entrevistados são unânimes é com relação aos investimentos que devem ser realizados para a melhoria da logística veterinária no País. Um dos processos mais delicados na logística veterinária é o transporte de medicamentos e suprimentos até o cliente final. Muitas vezes, o cliente está localizado em alguma região distante ou de difícil acesso, o que dificulta a entrega dos produtos e envolve outras questões logísticas como o transporte por apenas um tipo de modal.

"A logística veterinária movimenta materiais de diversas características, com condições regulatórias e de manuseio altamente controladas e têm como processo mais delicado a cadeia de refrigerados. Manter a rastreabilidade do material, garantindo as condições mínimas de temperatura em todas as etapas, em um país continental e tropical como o Brasil, compõe risco extremo ao processo. O cenário da logística veterinária no País é o mesmo cenário de todos os processos logísticos: falta de infraestrutura de distribuição (portos, aeroportos, rodovias), alta dependência do modal rodoviário, frota de veículos velha e falta de mão de obra especializada, baixo investimento em tecnologia de movimentação e armazenagem, entre outros aspectos. Podemos citar também as exigências regulatórias e de rastreabilidade como complicadores, além dos comentados, no segmento em que atuamos", pontua o gerente da Ourofino Saúde Animal.

De acordo com dados da Confederação Nacional do Transporte (CNT), cerca de 60% do transporte de cargas no País é realizado por rodovias. Em 2018, o governo federal investiu apenas 0,16% do PIB (Produto Interno Bruto) em infraestrutura de transporte - número demasiadamente insuficiente diante das precárias estradas em todo o território brasileiro.

O *head* latam sul da Animal Health da Bayer também comenta sobre as péssimas condições do modal rodoviário e que é preciso procurar outras alternativas para não ficar na completa dependência de apenas um meio de transporte.

"Todas as etapas são críticas e consideradas importantes em nosso processo logístico. Tudo que está sob nosso controle direto, ou por meio de nosso operador logístico, deve ser considerado para que tenhamos um desempenho acima do mercado. No entanto, alguns cenários fogem do nosso controle e podem, de alguma maneira, prejudicar o processo logístico. Podemos elencar, por exemplo, a qualidade de nossas estradas e também potenciais paralisações de serviços como a que ocorreu no ano passado (greve dos caminhoneiros). Há inúmeros desafios como o tamanho continental do País, pulverização do setor (muitos clientes e distâncias com acessos bastante difíceis), condições das estradas e uma grande dependência de um único setor (rodoviário), o que, sem dúvida nenhuma, são fatores importantes a serem ressaltados", pontua Sérgio.

"Há inúmeros desafios, como o tamanho continental do País, pulverização do setor (muitos clientes e distâncias com acessos bastante difíceis), condições das estradas e uma grande dependência de um único setor (rodoviário), o que, sem dúvida nenhuma, são fatores importantes a serem ressaltados".
Sérgio Schuler, head latam sul da Animal Health da Bayer.

Para Leila, gerente comercial da Andreani Logística, o cenário da logística no Brasil ainda é difícil, pois os investimentos em infraestrutura não são suficientes para garantir melhor fluxo de mercadorias em todo território nacional. Com isso, a distribuição de produtos veterinários para áreas distantes dos grandes centros é diretamente afetada, uma vez que mais de 90% das entregas é realizada no modal rodoviário.

"Visto que as grandes indústrias de saúde animal estão localizadas no sudeste do País, e considerando que a maioria dos produtos de uso veterinário está destinada a animais de produção, como bovinos, suínos e aves, cujos produtores estão localizados em regiões rurais distantes dos grandes centros, certamente a parte mais delicada é o transporte destes produtos para estas regiões em um país que possui 5.570 municípios. Para isto, temos o respaldo de nossa ferramenta "Andreani Online", em que, por tempo real, conseguimos monitorar o status de cada pedido desde a entrada da solicitação de separação dos produtos até a confirmação da entrega ao destinatário final", comenta.

O FUTURO DA LOGÍSTICA VETERINÁRIA

Diante de um cenário promissor e que a cada ano aumenta no País e a níveis globais, ainda é preciso investimentos em questões essenciais como melhorias em rodovias e outros modais. Mas o que esperar a curto, médio e longo prazo?

"A curto prazo enxergamos uma melhoria nos processos logísticos devido à entrada de novos *players* no mercado, com sistemas inovadores e novas estratégias de distribuição. Já a longo prazo esperamos que a infraestrutura do nosso País esteja melhor adequada para suportar a necessidade de fluxo de mercadorias que necessitam de viagens de longa distância e com prazos mais curtos", destaca a gerente de negócios da Andreani Logística.

"Visto que as grandes indústrias de saúde animal estão localizadas no sudeste do País, e considerando que a maioria dos produtos de uso veterinário está destinada a animais de produção, como bovinos, suínos e aves, cujos produtores estão localizados em regiões rurais distantes dos grandes centros, certamente a parte mais delicada é o transporte destes produtos para estas regiões em um País que possui 5.570 municípios".
Leila Almeida, gerente de negócios da Andreani Logística.

Não tão otimistas, os representantes da Ourofino Saúde Animal e da Bayer acreditam que a curto prazo não será possível criar expectativas, pois as mudanças que devem ser realizadas são muito grandes.

"Em médio e longo prazo aguardamos uma redução de custo, seja pelo preço dos combustíveis fósseis, o uso de caminhões elétricos, a diversificação das entregas por vias alternativas como a marítima ou ferroviária, ou então, com novas tecnologias como drones, por exemplo", comenta o *head latam sul da Animal Health da Bayer*.

"A onda de logística 4.0, no longo prazo, pode ser uma saída para melhorar a produtividade e a rastreabilidade na cadeia, aumentando o nível de serviço ao cliente. O Brasil é carente de melhor infraestrutura e de políticas de incentivo na aquisição de tecnologia, além disso, tem um atraso considerável no desenvolvimento de novos modais de transporte de mercadorias, mantendo no curto e médio prazo a alta dependência do modal rodoviário. Precisamos nos atentar para uma mudança no conceito da gestão dos estoques, com entregas mais frequentes, ticket médios menores, sem muita dependência de canais como distribuidores e revendedores. Dessa forma, o risco da obsolescência fica quase que totalmente com a indústria", acredita o gerente de logística da Ourofino, André.

Leila Almeida, gerente de negócios da Andreani Logística.

Créditos: Divulgação

Operações logísticas no agronegócio requerem investimentos para alavancar setor

Agronegócio brasileiro, ou agribusiness, apresentou leve alta no último ano

Café, algodão, laranja, celulose, madeira, soja, cana-de-açúcar e pecuária são apenas algumas (e poucas) culturas que ajudam a compor as exportações do agronegócio brasileiro. Não é novidade que o Brasil é dos países que têm uma das maiores disponibilidades de terras agricultáveis e com uma enorme diversidade de produções e plantações.

Mesmo com o crescimento de apenas 0,1% em 2018, o agronegócio, ou *agribusiness*, continua como um representativo segmento para o Produto Interno Bruto (PIB) nacional e o País permanece como um dos mais importantes exportadores mundiais.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no último ano, mesmo com o baixo crescimento, o segmento registrou alta nas produções de café (29,4%) e na cultura de algodão (28,4%). E, mesmo com as pessimistas previsões econômicas mundiais, o setor brasileiro mantém-se firme e em busca de renovação.

"O agronegócio é o principal motor do PIB brasileiro e depende de uma logística eficiente para desempenhar esse papel. A movimentação de cargas no setor é complexa e exige *know how*, capacidade de investimento e alta dose de inovação para atender à performance exigida pelo negócio", salienta o CEO da BBM Logística, André Prado.

Neste contexto, não é possível separar o agronegócio da logística, ambos caminham juntos e um depende do outro. E apesar do agribusiness ter alta representatividade na economia, ainda é preciso investir em melhorias para a eficiência da logística no setor. Diante deste cenário, como as empresas do segmento estão enfrentando as dificuldades para manter a qualidade das operações?

> *"Na BBM, por exemplo, temos contratos de longo prazo que nos permitem investir forte nas melhores soluções, inovar e impor rígidos controles de indicadores e segurança nas operações. Essa parceria é indispensável para gerar mais eficiência e produtividade".*
> *André Prado, CEO da BBM Logística.*

LOGÍSTICA NO AGRONEGÓCIO

Mesmo com os avanços tecnológicos, a logística no agronegócio tem um nível de exigência diferente de outros segmentos da economia e ainda são poucas empresas capazes de realizar o trabalho seguindo o nível de performance requisitado.

"O bom é que os grandes *players* estão convencidos disso e entendem que precisam ser parceiros do operador no desenvolvimento de operações sólidas. Na BBM, por exemplo, temos contratos de longo prazo que nos permitem investir forte nas melhores soluções, inovar e impor rígidos controles de indicadores e segurança nas operações. Essa parceria é indispensável para gerar mais eficiência e produtividade", assegura André.

André Prado, CEO da BBM Logística

A BBM Logística está no mercado há 23 anos e é considerada uma das principais operadoras logísticas do Mercosul. Com grande experiência no agronegócio, especialmente na área florestal já que atende grandes *players* do segmento de madeira, papel e celulose, a empresa tem logística integrada com ativos e recursos dedicados que permitem a solução completa, desde a colheita, passando pelo carregamento, transporte e atividades de apoio até a entrega nas plantas ou clientes, além de gestão de pátio.

"Operamos em praticamente todas as fases da cadeia logística. Temos processos bem customizados para cada etapa, dependendo dos requerimentos específicos dos segmentos e dos clientes. Os processos de gestão são estruturados e a infraestrutura é adequada para atendimento desde uma operação de colheita e atividades de apoio, passando por soluções para movimentação e armazenagem, transporte rodoviário *on* e *off road,* com frota dedicada ou compartilhada. Ou seja, estamos aptos para implantar a solução mais recomendada em cada situação", comenta o CEO.

Outra operadora logística que se destaca no segmento é a Golden Cargo. Atuando há 25 anos no mercado, a empresa desenvolve e executa soluções logísticas para o segmento de insumos ao agronegócio e produtos químicos embalados. Mais de 90% do negócio é completamente voltado ao segmento, uma vez que atende três blocos da cadeia de suprimentos: indústrias de insumos, canais de distribuição (revendas, *tradings* e cooperativas) e produtores agrícolas.

O diretor geral, Oswaldo Dias Castro Junior, também analisa a logística no segmento como escasso de empresas que conseguem atender a alta e complexa demanda. "Pelo menos no segmento de insumos, somente empresas altamente especializadas conseguem atender às exigências desse segmento. É um mercado relativamente pequeno, operado por poucos que atendem a essas exigências. Além de normas ambientais e de segurança rigorosas, atendemos a padrões de controle de características específicas de cada produto armazenado e transportado e/ou cliente atendido", pontua.

Oswaldo Dias Castro Junior,
diretor geral da Golden Cargo

"Pelo menos no segmento de insumos, somente empresas altamente especializadas conseguem atender às exigências desse segmento. É um mercado relativamente pequeno, operado por poucos que atendem a essas exigências".
Oswaldo Dias Castro Junior, diretor geral da Golden Cargo.

VISIO

Solução Logística
para sua Empresa

WMS BC5

GESTÃO EM SUAS MÃOS 100% CLOUD

ERP DAGDA

XML MESSAGING VISIO

CRM VISIO

FLUXO DE CAIXA VISIO

RH VISIO

BI VISIO

FORÇA DE VENDAS VISIO

19 3343-3333

www.visio.eti.br

A LLamasoft, empresa americana de *software* de *Supply Chain Design* e de Tomada de Decisões, atende mais de 60 empresas no Brasil, dentre elas sete das maiores empresas de *agribusiness* do País com faturamento de até R$ 34 bilhões, que utilizam as soluções da companhia para modelar, otimizar e simular as redes de *supply chain.* Recentemente, a empresa realizou a pesquisa "Desafios e Oportunidades do *Supply Chain* no Agronegócio", em parceria com a Clico e Nexus, com 70 grandes empresas do segmento no Brasil e foi apontado que os principais desafios no setor são: disponibilidade de qualidade de infraestrutura de transporte e armazenagem, previsão da demanda e gestão de estoques, custos logísticos elevados e intervenção governamental, além do impacto da nova tabela de fretes, estipulada após a greve dos caminhoneiros ocorrida em 2018.

"A complexidade do *supply chain* no Brasil para o agronegócio é desafiadora, porém podemos analisar pela ótica das oportunidades que estes desafios nos apresentam. Na pesquisa citada acima, a importância da área de *supply chain* para o sucesso da empresa é de 79%, ou seja, muito relevante. Com isso, empresas que lançarem mão do uso da inovação e tecnologias em suas decisões estratégicas, certamente sairão na frente no mercado, pois conseguirão obter uma visão global da grande maioria de influenciadores de custos desnecessários e potenciais oportunidades em suas cadeias", comenta o gerente de vendas estratégicas da LLamasoft, Alexandre Pavão

Alexandre Pavão, gerente de vendas estratégicas da LLamasoft

AUMENTO NO AGRO, MAIORES INVESTIMENTOS

Uma das projeções da Agroconsult é a estimativa de 95,6 milhões de toneladas para a safra total de milho em 2019. Com isso, é esperada a recuperação na exportação do alimento para 32 milhões de toneladas - em 2018 o total foi de 23 milhões. Além disso, também é previsto aumento na moagem de cana-de-açúcar no centro-sul do País para a safra 2019/2020: uma soma de 575 milhões de toneladas - caso a projeção se confirme será a primeira alta desde a safra 2015/2016.

Para atender à alta da demanda é preciso investir em novos equipamentos, softwares de ponta, estratégias de mercado e renovação de frota, afinal, a logística no agronegócio ainda depende e muito do modal rodoviário para o transporte de insumos de áreas produtivas para áreas industriais e de consumo, apesar das péssimas condições das estradas e dos altos custos no transporte.

Uma das alternativas é o transporte ferroviário. A Rumo, maior operadora de ferrovias do Brasil, oferece serviços logísticos de transporte ferroviário, elevação portuária e armazenagem, movimentou no último ano mais de 46,4 bilhões de toneladas por quilômetro útil (TKU) de produtos agrícolas (milho, soja, farelo de soja), um aumento de 12,1% em relação a 2017.

Com o objetivo de seguir atendendo à alta demanda do setor, a empresa já investiu mais de R$ 8 bilhões na renovação da frota, construção e aperfeiçoamento de pátios de cruzamento e melhorias em tecnologia e segurança, além de ter adquirido mais de 2 mil vagões e 178 novas locomotivas. Tais melhorias resultaram em expansão dos volumes transportados, aumento de rentabilidade e evoluções significativas nos índices de segurança pessoal e ocorrências operacionais.

"Empresas que lançarem mão do uso da inovação e tecnologias em suas decisões estratégicas certamente sairão na frente no mercado, pois conseguirão obter uma visão global da grande maioria de influenciadores de custos desnecessários e potenciais oportunidades em suas cadeias".
Alexandre Pavão, gerente de vendas estratégicas da LLamasoft.

Créditos: Divulgação

A JSL, empresa brasileira que atua no transporte e logística de cargas há 63 anos, atende nove empresas do segmento que trabalham com toras de madeira, cana-de-açúcar, minério de ferro e outros, e está otimista após a recessão econômica dos últimos anos afetar fortemente a logística do setor de agronegócio. A companhia deve concluir a implementação do novo *TMS*, o *e-JSL*, um sistema robusto que está sendo desenvolvido há 3 anos para a gestão das operações de transporte, outro investimento que a empresa aposta é no programa de aproximação da *JSL* com *startups* - a experiência deu resultados e já trouxe algumas soluções para melhorar a gestão das operações no dia a dia.

A Golden Cargo também opera sistemas de gestão de transporte e armazenagem com *TMS* e *WMS* e soluções *web* de gestão da informação. Além disso, a empresa que sempre esteve próxima de toda a cadeia de suprimentos do agronegócio está desenvolvendo soluções focadas nos clientes da indústria, mais especificamente redes de revenda e produtores.

Ainda no quesito desenvolvimento de softwares, o gerente de vendas estratégicas da LLamasoft comenta que, devido às peculiaridades dos processos logísticos das empresas atendidas no segmento, a empresa desenvolveu um *Digital Twin* da cadeia de suprimentos, ou seja, um modelo representativo da cadeia no qual é possível analisar diferentes cenários de "o que acontece se" para tomada de decisões mais rápidas e inteligentes.

"A solução da LLamasoft traz um aumento na acuracidade das previsões em torno de 10% a 30%, aproveitando *machine learning*, modelo de reconhecimento de dados avançados e a propriedade na nuvem, com aproximadamente milhões de fatores causais externos incluindo macro, micro, condições meteorológicas e outros dados. Com o modelo de planejamento de demanda da LLamasoft, as melhorias geradas por esta tecnologia representam milhões em economias e resultam na habilidade de uma visão global e estratégica do negócio", conta Alexandre.

Já seguindo a fórmula dos bem sucedidos processos logísticos na área florestal, a BBM está desenvolvendo um projeto para entrar no segmento de *commodities* a granel, como soja, milho, minérios, entre outros, com foco em operações rodoviárias de mercado doméstico e na integração intermodal com ferrovias e portos. "Nosso desafio é levar o *know how* e a tecnologia aplicados nas operações de florestal para outras áreas do agronegócio".

Além disso, a BBM realizou aportes para renovação de frota com mix de caminhões *off road* e rodoviários, equipamentos de suporte no campo e em tecnologia de rastreamento e gerenciamento de riscos, softwares de gestão logística em tempo real para gestão de mão-de-obra, para faturamento e estatística.

O FUTURO DA LOGÍSTICA NO AGRONEGÓCIO. O QUE ESPERAR?

Apesar do aumento irrisório do setor em 2018, os *players* do segmento estão otimistas e projetam uma rápida retomada na produção e na demanda dos produtos até o final deste ano.

"Segundo os dados coletados na pesquisa, constatamos que 51% das empresas estão otimistas com o crescimento do setor no Brasil para o ano de 2019. Já para os próximos anos, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) fez um estudo em que cabe ao Brasil a responsabilidade de aumentar a produção de alimentos em 40%. É um aumento significativo para o País que tem capacidade territorial e clima favorável, porém vários temas pertinentes ao crescimento do setor ainda precisam ser cuidadosamente analisados como, por exemplo, questões relacionadas ao custo logístico e infraestrutura", enfatiza o gerente da LLamasoft.

Já o diretor geral da Golden Cargo acredita que "esse mercado, em especial nas indústrias, que já eram de grande porte, vem passando por um forte processo de consolidação. Imagino que, até a consolidação desses processos, haverá uma grande pressão pela otimização de custos logísticos e incremento das soluções que gerem diferenciais junto aos clientes finais (produtores)".

Créditos: Divulgação

Rumo, maior operadora de ferrovias do Brasil

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

Créditos: Divulgação

ESPECIAL

SAS aposta em tecnologia internacional para alavancar mercado de empilhadeiras elétricas

Com mais de 6 mil clientes ativos, empresa conta com o desenvolvimento de componentes na Alemanha e montagem de equipamentos em quatro plantas na China

O que antes era apenas uma forte tendência, hoje já começa a ser realidade no Brasil. O mercado de empilhadeiras elétricas tem crescido, mesmo que em ritmo pouco acelerado, e contribuído como uma opção mais sustentável, eficiente e econômica ao compararmos com os custos que envolvem empilhadeiras a combustão.

Há 24 anos no mercado e com mais de 6 mil clientes ativos, a empresa nacional de intralogística SAS é uma das líderes no segmento de empilhadeiras elétricas e, atualmente, tornou-se a fabricante com maior diversidade de equipamentos para movimentação de cargas e com a maior variedade de empilhadeiras para warehouse. Apesar das raízes brasileiras, a empresa orgulha-se em contar com a disposição de engenharia internacional, uma vez que desenvolve componentes na Alemanha e monta os equipamentos em quatro plantas na China.

"Utilizamos os melhores componentes do mercado mundial, a grande maioria é de origem alemã, pois contamos com uma estrutura na cidade de Regensburg, que auxilia no desenvolvimento dos produtos e nos fornecedores de componentes técnicos. Mas também utilizamos componentes de países como Itália, Estados Unidos, França e China", comenta o diretor da SAS, André Moraes de Oliveira, que é filho do diretor presidente e fundador da empresa, Vítor Manuel Marques de Oliveira.

Com tantas novidades e tecnologias à disposição, a SAS vem ganhando destaque no mercado global de fabricação de empilhadeiras, uma vez que as máquinas já saem da fábrica sem a necessidade do chaveamento eletrônico de acesso ao software da fabricante. Isto quer dizer que, se uma empilhadeira da marca necessitar de algum reparo, a própria equipe de manutenção do cliente que a adquiriu poderá realizá-la sem a necessidade de acionar a assistência técnica da SAS.

"Faz parte do DNA da SAS construir máquinas robustas e eficientes, esse é o sucesso da marca! E o segredo do nosso crescimento sustentável está em utilizar as tecnologias bem dimensionadas, pois só embarcamos tecnologia necessária e apta ao mercado nacional".

"Muitas fabricantes bloqueiam o acesso ao software por meio de senhas, obrigando o cliente a utilizar, única e exclusivamente, o serviço autorizado, o que gera mais custos. Acreditamos que não basta usar os melhores componentes do mercado mundial, dimensioná-los com folga para suportar intempéries é o que garante um baixo índice de quebra e manutenção e resultam na maior disponibilidade operacional. De qualquer maneira, contamos com um canal interno de atendimento, suporte técnico e de peças, e uma equipe de engenharia e metalurgia capacitada tecnicamente e treinada para atender a todos os tipos de adequações das empilhadeiras quando necessário. Faz parte do DNA da SAS construir máquinas robustas e eficientes, esse é o sucesso da marca! E o segredo do nosso crescimento sustentável está em utilizar as tecnologias bem dimensionadas, pois só embarcamos tecnologia necessária e apta ao mercado nacional", pontua o diretor.

CRESCIMENTO

Apenas no último ano, a SAS produziu para o Brasil 260 equipamentos autopropulsados na linha manual, ou seja, transpaleteiras e empilhadeiras. A produção total dos diversos equipamentos foi em torno de 1.500. Para suportar tamanha demanda, a empresa conta 30 empregos diretos na matriz em Gaspar (SC), outros 70 empregos na rede de representantes em todo território nacional e 250 vagas indiretas ligadas à cadeia produtiva na Alemanha e na China.

André, que exerce o cargo de diretor há 4 anos, celebra os dados animadores da fabricante e projeta que o ritmo continue neste ano. "Temos crescido uma média de 50% ao ano nos últimos três anos e a nossa meta para 2019 é mantermos esse percentual. Preocupamo-nos em estruturar a empresa para suportar o crescimento, atendendo as demandas de prazos, manutenção e suporte da rede de representantes e serviço autorizado no Brasil. Nosso foco é a satisfação do cliente em primeiro lugar".

Créditos: Divulgação

A INTRALOGÍSTICA NO BRASIL

Mesmo com cada vez mais fabricantes nacionais investindo e ampliando a fabricação de empilhadeiras elétricas, André reconhece que, no Brasil, é necessário melhorar a eletrificação da frota, pois ainda é forte e predominante o mercado de empilhadeiras a combustão.

Créditos: Divulgação

"Acredito que o Brasil ainda está muito atrás dos Estados Unidos e Europa no uso de empilhadeiras frontais elétricas, é um país que culturalmente ainda aposta muito em máquinas a combustão inclusive em operações internas. Sabemos que isso não é indicado,

hoje os equipamentos elétricos estão mais acessíveis e muito mais flexíveis para operações mistas (interna e externa). A SAS aposta muito na conversão de vendas de máquinas a combustão para máquinas elétricas, nosso projeto foi concebido para utilização nos mais variados tipos de piso, adequando-se à realidade brasileira. Os clientes ficam satisfeitos quando converteram suas operações de máquinas contrabalançadas frontais a combustão para elétricas, pois a disponibilidade operacional aumenta e o custo com manutenção e consumo de energia reduzem significativamente sem qualquer prejuízo no volume de movimentações", compara o diretor.

Outro ponto bastante crucial é com relação ao setor de transporte e movimentação de cargas. Mesmo contando com a disposição da engenharia internacional, a empresa apresenta soluções inteligentes para movimentação e armazenagem de materiais e avalia que o maquinário precisa contar com um sistema que enfrente as diferentes realidades do Brasil.

Créditos: Divulgação

"O Brasil é um país de grande extensão territorial com mudanças significativas em relação ao clima, ambiente de trabalho, condições das instalações e culturais dos operadores, diferentes para cada região. Entendemos que muitas das tecnologias disponíveis no mercado mundial ainda não são as melhores soluções para o País, pois são tecnologias que agregam um elevado custo para embarcar em nossas máquinas e muitas vezes não trazem o benefício necessário para suportar os custos. A SAS avalia com critério e embarca apenas tecnologias que tragam um benefício real ao seu usuário. Nossas máquinas são construídas para suportar regime de trabalho intenso, garantindo alta disponibilidade operacional e baixo custo de manutenção", enfatiza André.

"Acredito que o Brasil ainda está muito atrás dos Estados Unidos e Europa no uso de empilhadeiras frontais elétricas. É um país que culturalmente ainda aposta muito em máquinas a combustão, inclusive em operações internas. Sabemos que isso não é indicado, hoje os equipamentos elétricos estão mais acessíveis e muito mais flexíveis para operações mistas (interna e externa)".

ARMAZENAMENTO

A SAS conta com dois pavilhões próprios, na matriz da empresa em Gaspar (SC), para o armazenamento de equipamentos e peças - juntos somam 3 mil m². Mas, como uma maneira de facilitar e ampliar a capacidade do estoque, a empresa mantém espaços físicos na maioria dos representantes. Com isso, é possível aumentar em até cinco vezes a capacidade de armazenamento da empresa.

Atualmente, a empresa possui 16 representantes com estrutura de assistência técnica no País e outros parceiros comerciais que atuam com indicação de maneira indireta.

André Moraes de Oliveira

Crédito: Divulgação

Equipamentos: mercado para movimentação de cargas está aquecido

Retomada econômica e boas expectativas para o novo governo foram pontos cruciais para o aumento na demanda de fabricantes do segmento

A retomada econômica e as boas expectativas com o novo governo foram primordiais para aquecer um dos mais relevantes segmentos logísticos: o mercado de materiais (acessórios e cabos de aço) e equipamentos para movimentação de cargas. Durante a forte crise que assolou o País nos últimos anos, diversas empresas precisaram rever processos internos e adaptar equipamentos e maquinários como alternativas para a redução de custos. Diante de tal realidade, fabricantes do segmento necessitaram moldar os negócios para continuarem atendendo a nova demanda de maneira eficiente.

Na contramão da crise e acreditando na retomada econômica, a Belenus, uma das maiores fabricantes de fixadores da América Latina e atacadista de ferramentas e ferragens, conta com mais de 22 mil clientes ativos. No mercado há mais de 30 anos, ao final de 2018 a empresa apresentou crescimento de 18% em relação a 2017.

"Acreditamos no aquecimento do mercado de movimentação. Embora ainda tímido no primeiro semestre, observamos as empresas se movimentando para uma grande retomada. Verificamos também uma grande tendência no crescimento do mercado de empilhadeiras elétricas, no qual, cada vez mais empresas estão visando a sustentabilidade e segurança. Outro ponto a destacar é o aumento da necessidade de materiais para a movimentação de cargas como acessórios, cabos de aço e correntes - que são indispensáveis na área industrial. Esses materiais são de extrema responsabilidade e devem garantir uma operação segura", explica o diretor técnico comercial da empresa, Lasley Trindade de Avila.

O crescimento da Belenus foi tamanho que, há poucos anos, a empresa fundou a unidade de negócio BelLift, especialmente voltada ao mercado de equipamentos para movimentação de cargas. Algo que surpreendeu foi o rápido crescimento da BelLift: mesmo com pouco tempo de mercado, a empresa fechou 2018 com aumento de 35% em relação a 2017. Agora, o objetivo é aumentar a porcentagem ao final deste ano, uma vez que a mesma está desenvolvendo novas linhas de acessórios, cabos de aço, correntes e investindo em novas tecnologias.

"O mercado necessita de empresas que possam oferecer produtos com qualidade, suporte técnico e ótimo custo benefício. A BelLift é focada em soluções para movimentação de carga oferecendo equipamentos como transpaleteiras, mesas pantográficas, empilhadeiras semi-elétricas, materiais como acessórios (anilha-sapatilho, manilha, esticador, olhal de suspensão, clips, gancho, mosquetão), cintas têxteis para elevação e amarração de cargas, correntes e cabos de aço, entre outros", comenta o diretor.

Com uma área de 3.300 m² para estoque de equipamentos e materiais voltados à movimentação de carga, e mesmo com a rede de cliente ainda em formação, a BelLift conta com centros de distribuição em Caxias do Sul (RS), Vila Velha (ES) e Vinhedo (SP). Com isso, é preciso investir em parcerias logísticas para o transporte dos equipamentos em todo o País.

"Nós, da BelLift, consideramos o estoque parte integrante do processo de garantia da qualidade, dessa forma, com a forte expertise da Belenus durante todos esses anos, trabalhamos com uma logística integrada que promove e facilita a distribuição de nossos produtos nos mais variados pontos do Brasil. Próximo ao aeroporto de Viracopos e com acesso às principais rodovias do estado de São Paulo, as entregas se tornam mais eficientes e seguras para todos os pontos de distribuição", destaca Lasley.

"Acreditamos no aquecimento do mercado de movimentação. Embora ainda tímido no primeiro semestre, observamos as empresas se movimentando para uma grande retomada".
Lasley Trindade de Avila, diretor técnico comercial da Belenus.

Lasley Trindade de Avila, diretor técnico comercial da Belenus

Créditos: Divulgação

SAUR: 90 anos de mercado

Outra grande fabricante de equipamentos para a movimentação de cargas é a SAUR. No mercado nacional há mais de 90 anos, a empresa fornece soluções inovadoras para a melhora da ergonomia, segurança e eficiência das operações intralogísticas de cargas.

"No entanto, o grande destaque é com relação à ampla variedade de equipamentos para empilhadeiras como garras hidráulicas para celulose, posicionadores duplos de garfos, garras para bobinas e garras hidráulicas para fardos", comenta o diretor comercial da empresa, Enio André Heinen.

"Os equipamentos específicos são fabricados conforme demanda do mercado e os equipamentos standard são fabricados para estoque de acordo com a programação. A SAUR também possui um estoque de peças genuínas para atender os clientes".
Enio André Heinen, diretor comercial da SAUR.

Dentre os diversos produtos fabricados, um dos destaques são as garras para celulose SAUR. Projetadas para não danificar a capa de celulose, contam com uma melhor aderência da carga e os braços são revestidos internamente com saliências circulares de inox ou nervuras horizontais - os modelos são projetados para movimentar até 8 mil quilos de carga e possuem abertura dos braços de até 4.120 milímetro. Já as garras para bobinas SAUR são ideais para a movimentação de bobinas de papel, pois são precisas no aperto da carga e não danificam o produto. Os modelos são projetados para movimentar de 1 mil quilo a 5 mil quilos de carga e as conchas possuem revestimentos especiais destinados para cada tipo de papel.

Outro grande destaque no portfólio da fabricante são os posicionadores duplos de garfos SAUR que permitem a movimentação de dois paletes ao mesmo tempo, refletindo no aumento da produtividade e na agilidade do processo. Os modelos são projetados para movimentar de 1.250 quilos a 6 mil quilos de cargas. Por fim, as garras hidráulicas para fardos são sinônimo de rapidez e praticidade nas operações, pois reduzem os danos nos produtos e proporcionam melhor aproveitamento de espaço sem uso de paletes.

Com mais de 1.300 clientes ativos, a SAUR atende todo o Brasil e América Latina e também exporta para países da Europa, África e Oceania. Além disso, a empresa conta com uma rede de dez representantes comerciais autorizados no Brasil e América Latina. A expectativa é que a fabricante aumente em 10% as vendas até o final de 2019.

"Contamos com a sede administrativa e a unidade fabril em Panambi (RS), uma central de atendimento e distribuição em Valinhos (SP) e em Cuiabá (MT). Os equipamentos específicos são fabricados conforme demanda do mercado e os equipamentos standard são fabricados para estoque de acordo com a programação. A SAUR também possui um estoque de peças genuínas para atender os clientes", analisa o diretor sobre a importância de contar com centros de distribuição eficientes e o equilíbrio na fabricação dos equipamentos.

Enio André, diretor comercial da SAUR

DRS

Soluções em Marketing & Eventos

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

www.drssolucoes.com.br | (11) 4417-5072 | vendas@drssolucoes.com.br

Crédito: Luiza Florenzano

Unicórnio do segmento, iFood reinventa a logística de última milha

Há apenas oito anos no mercado, a empresa é líder absoluta na América Latina: são mais de 14,1 milhões de pedidos mensais e 10,8 milhões de usuários

Com tantas facilidades à palma da mão, um setor que tem crescido a cada dia é o de alimentação. Hoje são inúmeras as ofertas de empresas alimentícias que, além de produzir o alimento, são responsáveis por toda a gerência e logística de entrega ao consumidor final.

Uma gigante do segmento é a iFood. Considerada uma das mais novas "unicórnios" do País, ou seja, empresa que vale mais que US$ 1 bilhão, hoje a *foodtech* é líder na América Latina, com operações no Brasil, México e Colômbia. Só em território brasileiro são mais de 14,1 milhões de pedidos mensais e 10,8 milhões de usuários. Há oito anos no mercado, a empresa cresce três dígitos ano a ano e é a única a desenvolver soluções para todas as pontas da cadeia (consumidor, restaurante, distribuidores de insumo e entregadores). A plataforma conta com mais de 55 mil restaurantes cadastrados e opera em 483 cidades do Brasil.

Crédito: Luiza Florenzano

Em entrevista exclusiva para a Revista PAINEL LOGÍSTICO, o diretor de logística da iFood, Roberto Gandolfo, relembra o início da gigante do setor, as principais soluções logísticas encontradas e como se reinventar para continuar no topo. Confira!

PL - Como foi o início da empresa?
Roberto Gandolfo *- Em 2011, iFood foi criado como uma plataforma online para que as pessoas pudessem pedir comida. Com a grande aceitação dos consumidores, a empresa recebeu seu primeiro aporte da Warehouse Investimentos. Com esse impulso, o iFood criou o primeiro aplicativo de delivery para celular, que tornava a experiência cada vez melhor e mais simples. Em 2013, o mercado mobile estava em ascensão e a Movile, líder em desenvolvimento de plataformas de comércio e conteúdo móvel na América Latina, virou investidor majoritário do iFood. Com o investimento feito pela Movile, o iFood dobrou de tamanho.*

No ano seguinte, 2014, o iFood se consolidou como a maior foodtech do Brasil. A fusão com o Restaurante Web, principal concorrente na época, trouxe também para a família a Just Eat, o maior grupo de delivery de comida do mundo, como investidor. Além disso, foi ao ar a primeira campanha do iFood na TV.

Em 2015 e 2016, a evolução foi ainda mais intensa, fizemos aquisições muito importantes, não apenas em carteira de clientes, mas principalmente por trazer profissionais com expertise do mundo de food delivery: Alacarte, Appetitar, Papa Rango, Deliveria, Netcook, Devorando e Hello Food. Os investimentos em contratações se multiplicaram até o iFood alcançar o status de unicórnio desde março de 2017 e ser reconhecida como uma das empresas mais inovadoras do Brasil e do mundo.

PL - Como a logística contribuiu e ainda contribui para o desenvolvimento da marca? Qual a importância dela?
Roberto Gandolfo *- A logística é um pilar importante do iFood. Para continuar crescendo de forma acelerada, um dos focos de investimento da empresa é essa área. A logística é fundamental para trazermos novas ofertas de restaurantes que até então não operavam o delivery, melhorarmos a experiência de entrega para o cliente final e nos beneficiarmos do efeito de rede para tornar todo o processo mais eficiente.*

PL - Recentemente, o iFood anunciou testes de entrega por drones, bicicletas e patinetes elétricos. Acredita que esta é a revolução da logística de entrega para o cliente final?
Roberto Gandolfo *- As entregas com patinetes e as bikes já são uma realidade. Tivemos resultados bem positivos ao analisar a eficiência e tempo de entrega. Até o final de março, teremos 300 novos circulando, sendo que serão 150 e-bikes e 150 patinetes elétricos.*

Fizemos uma entrega utilizando o drone durante o carnaval, no bloco Beleza Rara. Para realizar esse piloto, fizemos uma série de testes em galpões fechados, espaços abertos com a interferência do vento e outras condições climáticas, além de, claro, ter todas as permissões da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) e Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) para realizar o voo no carnaval. Foi um teste muito bem-sucedido, mas para escalar esse modal, ainda precisamos avaliar a regulamentação atual.

Todos esses novos modais funcionam para ter a solução ideal de entrega para diferentes cenários. O patinete, por exemplo, por ser portátil, é ótimo para regiões densas como a Avenida Paulista, em São Paulo, onde é mais difícil estacionar uma moto.

Crédito: Luiza Florenzano

PL - O iFood atende todo o território nacional?
Roberto Gandolfo *- Hoje, o iFood está presente em 483 cidades do Brasil, cobrindo todos os estados do País. Com o aporte recebido, vamos investir em tecnologia, logística e inteligência artificial para melhorar cada vez mais a experiência de todos os públicos envolvidos e assim expandir a atuação para outras cidades.*

"A logística é um pilar importante do iFood. Para continuar crescendo de forma acelerada, um dos focos de investimento da empresa é essa área. A logística é fundamental para trazermos novas ofertas de restaurantes que até então não operavam o delivery, melhorarmos a experiência de entrega para o cliente final e nos beneficiarmos do efeito de rede para tornar todo o processo mais eficiente".

PL - O time do iFood conta com quantos colaboradores?
Roberto Gandolfo *- O iFood tem 1.400 FoodLovers (como chamamos os nossos colaboradores) no Brasil e 1.700 em todas as operações, incluindo México e Colômbia. Nos últimos quatro meses, a média de contratação tem sido de mais de 100 profissionais a cada mês e, ao longo de 2019, devem ser contratados 1.000 novos colaboradores.*

PL - Quais as dificuldades enfrentadas e como conseguiram driblá-las?
Roberto Gandolfo *- O serviço de delivery evoluiu e mudou o comportamento das pessoas na hora de comer. Empoderou a todos: deu voz para avaliar, recomendar e procurar opções de acordo com a vontade de cada um. Elevou o serviço de entrega e dos restaurantes a um novo patamar, colocando o consumidor no centro das escolhas. Algo fundamental no mundo contemporâneo e na sociedade em rede. Daqui para frente, os desafios para os restaurantes parceiros será ter maior eficiência na operação e garantir o mais alto nível de entrega. Para isso, será necessário conhecer cada vez melhor o cliente e oferecer benefícios e vantagens. O delivery caminha para a hiper-personalização: recomendar exatamente o que o usuário quer, antecipando a necessidade de cada indivíduo. O nosso desafio sempre será tornar a experiência da alimentação mais simples, fácil e precisa no atendimento às necessidades e desejos dos usuários.*

"O delivery caminha para a hiper-personalização: recomendar exatamente o que o usuário quer, antecipando a necessidade de cada indivíduo. O nosso desafio sempre será tornar a experiência da alimentação mais simples, fácil e precisa no atendimento às necessidades e desejos dos usuários".

PL - Além de México, Colômbia e Argentina, o iFood tem planos de estabelecer em outro país? Quais?
Roberto Gandolfo *- O mercado brasileiro, principalmente, tem um potencial enorme de crescimento e amadurecimento. O iFood fez uma troca de ativos com a PedidosJá e não tem mais operação na Argentina e comprou a empresa no Brasil. O iFood sempre está pesquisando oportunidades de bons negócios.*

PL - E qual a expectativa de crescimento a curto, médio e longo prazo?
Roberto Gandolfo *- Temos metas bem ousadas. Hoje, estamos com 14,1 milhões de pedidos mensais, mas certamente o crescimento da empresa acontece de forma acelerada.*

PL - Quais são os futuros projetos?
Roberto Gandolfo *- A utilização de inteligência artificial é uma das nossas prioridades e trará um impacto muito positivo em nossa operação como um todo. Ela pode, por exemplo, ser aplicada para identificar os padrões de pedidos dos usuários e tornar as ofertas ainda mais personalizadas ou ainda criar rotas mais inteligentes para as entregas, que representam em ganho de eficiência e, consequentemente, na melhoria da experiência dos clientes, restaurantes e entregadores.*

PL - Atualmente, as soluções logísticas representam quanto do faturamento?
Roberto Gandolfo *- Não podemos abrir essa informação, mas o que podemos dizer é que, com certeza, é uma das áreas mais importantes da nossa operação e é um grande foco de investimento, junto com tecnologia e meios de pagamento.*

PL - Quais foram as principais implementações logísticas da empresa desde a criação?
Roberto Gandolfo *- Desde o início, em 2011, quando o iFood ainda era conhecido como Disk Cook, a área de logística já era importante para a empresa. Com o crescimento e as novas rodadas de investimento, em 2016, o iFood comprou a SpoonRocket, empresa norte-americana de entregas rápidas.*

Essa aquisição foi extremamente estratégica, já que a tecnologia da Spoon teve impacto na eficiência de todo o processo, desde a otimização de rotas, despacho, automação e entrega para o consumidor final. Com isso, além de ser um marketplace para restaurantes, passamos a oferecer toda a gestão da entrega, conectando a demanda dos restaurantes aos entregadores, que é o modelo full service. Em 2018, a empresa adquiriu a Rapiddo que trouxe ainda mais eficiência à operação e aumentou a rede de entregadores parceiros.

Com o aporte de US$ 500 milhões, que terão como foco investimentos em tecnologia e logística, foi criado um time de Inovação dentro da área para oferecer soluções que melhoram a experiência dos consumidores, restaurantes e entregadores. Um dos exemplos é a implementação de novos modais, como o patinete elétrico e as e-bikes.

Outra frente que vem ganhando força dentro do pilar de logística é a área de desenvolvimento de soluções técnicas para melhorar o balanceamento entre pedidos e frota, predizer o tempo de entrega com mais acuracidade e otimizar os modelos de precificação.

PL - De uma maneira geral, como avalia o mercado logístico no País?
Roberto Gandolfo *- O mercado logístico ainda deve evoluir bastante. Quando pensamos em mobilidade, o fato é que o Brasil se desenvolveu e foi todo estruturado pensando no uso de carros e caminhões.*

Algumas cidades já estão trabalhando e mostraram uma certa evolução nesse quesito, como São Paulo, por exemplo. Mais especificamente para o iFood, estamos sempre testando novos modais e avaliando a eficiência, levando em consideração as características da região. Para o uso de patinetes elétricos, por exemplo, realizamos testes e análises que mostram que esse modal é extremamente eficiente para determinadas áreas, com grandes concentrações de restaurantes e de pedidos, que geralmente resultam em rotas mais curtas. Como estacionar veículos nessas regiões pode ser um desafio, o patinete, que é dobrável, traz muita praticidade para entregas.

PL - Acredita que a logística precisa se reinventar?
Roberto Gandolfo *- Não só a logística precisa se reinventar, como todas as áreas envolvidas. Por isso, a inovação está no DNA da empresa e é um dos valores que incentivamos entre os FoodLovers.*

Crédito: Luiza Florenzano

GIRO LOGÍSTICO

Multilog foca no setor de saúde e ampliará áreas climatizadas

Créditos: Divulgação

O ano de 2019 será de muito investimento para a Multilog, considerada um dos maiores operadores logísticos do País. A empresa ampliará a atuação no setor de saúde e, ainda neste semestre, prevê aumento das áreas climatizadas em 3 mil m² para a alocação de produtos farmacêuticos.

Os investimentos serão nas unidades de Campinas e Barueri, ambas na cidade de São Paulo, as quais serão estruturadas e personalizadas de acordo com as necessidades dos solicitantes. “Com a cada vez mais constante evolução nos processos regulatórios para as cargas de anuência Anvisa, estar preparado com infraestrutura de alto nível e conhecimento no modelo de operação certamente é o nosso diferencial”, afirma o gerente de desenvolvimento de negócios do Sudeste, Herbert Zacatei.

O CLIA Multilog Campinas possui um total de 65 mil m² e 1,5 mil m² destinados apenas para o atendimento no segmento, dividido em 890 posições verticalizadas e 128 m² de área blocada, com temperaturas de 15° a 25°. “As áreas possuem estrutura de referência mundial e, com as adequações, tornamos possível o armazenamento de produtos como medicamentos, reagentes, correlatos e equipamentos médicos”, explica o presidente da empresa, Djalma Vilela.

Já o Porto Seco de Barueri contará com 1.580 m² de área climatizada, ou seja, mais de 1,4 mil posições verticalizadas disponíveis e com temperatura entre 15° a 25°. A câmara fria terá um total de 200 m², com 192 posições verticalizadas e temperaturas de 2º e 8º. “Com essa estrutura será admissível armazenar medicamentos, equipamentos para hospitais, insumos, entre outros”, acrescenta Vilela.

Grupo PrestBater

SOLUÇÕES COMPLETAS PARA INTRALOGÍSTICA

LOCAÇÃO, VENDA E MANUTENÇÃO
DE EMPILHADEIRAS

LOCAÇÃO, VENDA E MANUTENÇÃO
DE BATERIAS TRACIONÁRIAS

LOCAÇÃO E VENDA
DE EXTRATOR DE BATERIAS

VENDA DE
ÁGUA DE BATERIA

LOCAÇÃO E VENDA
DE PALETEIRA MANUAL

FALE CONOSCO: **(11) 4496-4430** WWW.PRESTBATER.COM.BR Grupo PrestBater

TCP adiciona dois novos serviços com destinos para Europa, Mediterrâneo e Ásia

Créditos: Divulgação

Mais dois novos serviços estão sendo adicionados à oferta de linhas marítimas do TCP - empresa que administra o Terminal de Contêineres de Paranaguá, para atender importadores e exportadores do Sul e Sudeste do País. Agora, o Terminal conta com o Neo Bossa Nova para conexões com a Europa e Mediterrâneo, e com o TLA1 (*joint* serviço ESA), cujo destino é a Ásia. O TCP é o único do Brasil a contar com 100% das linhas marítimas para os destinos.

"Paranaguá é um destino seguro para os armadores já que oferece toda a infraestrutura necessária para que os navios possam ser operados com segurança e no menor espaço de tempo possível", afirma o diretor comercial da TCP, Alexandre Rubio.

As armadoras CMA CGM e Hamburg SUD operam o Neo Bossa Nova realizando conexões com os portos de Gênova, Barcelona, Valência, Málaga, Tânger e Malta, e os nacionais de Salvador, Itaguaí, Santos, Itapoá, Itajaí e Rio Grande.

Enquanto o armador OOCL (Orient Overseas Container Line) opera o TLA1 (*joint* serviço ESA) nos portos de Xangai, Ningbo, Yantian, Hong Kong, Cingapura, Rio de Janeiro, Santos e Navegantes.

Jamef Encomendas Urgentes inaugura nova filial em Campinas

Créditos: Divulgação

A Jamef Encomendas Urgentes, especializada no transporte de cargas fracionadas por meio de modais rodoviário e aéreo, inaugurou uma nova filial da rede no TIC - Terminal Intermodal de Cargas, em Campinas, interior de São Paulo. A novidade faz parte do plano de expansão da empresa.

"Estamos em uma região extremamente promissora. Considerada um polo industrial regional, Campinas está entre as dez cidades mais ricas do País, tendo na indústria e no comércio um desempenho econômico muito importante, pois são as principais fontes de renda. Nos sentimos muito honrados e orgulhosos por oferecer à cidade uma infraestrutura como a nossa, capaz de atender a demanda e crescimento e ainda acompanhar, na mesma velocidade, o seu desenvolvimento", ressalta o gerente da filial, Judy Lee.

A unidade possui 20 mil m² de pátio, 8 mil m² construídos, sendo 6.633 m² de área de galpão e com 64 docas. Um dos destaques são os investimentos em automação, tecnologia e equipamentos.

Este ano, a companhia completa 56 anos de atuação e, apenas no último ano, realizou investimentos como a abertura de uma nova unidade em Barueri (SP), ampliação das unidades de Recife (PE) e Brasília (DF), frota e equipamentos.

Créditos: Divulgação

Tecnologia e a logística no varejo

Setor driblou a crise e cresceu nos últimos dois anos. Agora, mercado precisa se renovar para continuar no topo

Muito já se falou sobre a crise econômica nos últimos anos, mas se teve um setor que pouco se abalou foi o varejista. Segundo dado do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o mercado varejista brasileiro registrou, ao final de 2018, a maior alta dos últimos cinco anos: 2,3% a mais do que em 2017. Essa foi a segunda alta consecutiva do segmento.

Outro bom sinal foi no comércio no Estado de São Paulo, que cresceu 5,3%, representando um montante de R$ 34,2 bilhões a mais do que o alcançado no ano anterior, de acordo com a Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista do Estado de São Paulo (PCCV).

Com um mercado cada vez mais exigente e repleto de consumidores ávidos por inovação e rapidez, é preciso saber "jogar". Investir em cada etapa dos processos logísticos correspondentes ao mercado, desde as aquisições de insumos até o transporte e entrega de cargas, é primordial para o sucesso do negócio. Em outras palavras, é preciso ser estrategista.

"Quando falamos de varejo, estamos falando de um segmento amplo que engloba supermercados, varejos de moda, eletroeletrônicos e qualquer outro negócio que venda diretamente para o cliente. Ou seja, características B2C, mas que podem ter também B2B em alguns casos. A estratégia logística deve ser desdobrada a partir do plano de negócios da empresa, tem que estar coerente e aderente a esse plano. Em seguida, deve-se entender os clientes, necessidades logísticas (estoques, frequência de abastecimento, entre outros). Localizar e dimensionar um centro de distribuição flexível (próprio ou terceiro) pensando num horizonte de cinco a dez anos e ajustar as operações internas do ponto de vista de movimentação e armazenagem. Finalmente, conectar com os serviços de recebimento e distribuição e ter uma boa capa de gestão com os indicadores-chave e gestão de melhoria contínua conectando a operação à diretoria", comenta o diretor executivo da Cosin Consulting, Philippe Minerbo.

TOTAL SOURCE®

Peças e **acessórios** para **empilhadeiras** tem **marca: Total Source** ®

Pneus e Acessórios

Itens de segurança

Peças de Reposição

Originais e Próprias

Sinônimo de **qualidade**, ótimo **custo-benefício** 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®

A Cosin é uma consultoria de negócios e tecnologia fundada em 2005, especializada na concepção, desenvolvimento e implantação de soluções customizadas, baseadas em metodologias ágeis e em uma estrutura robusta de gestão de projetos. Com mais de dois mil projetos realizados, atende a 70% das maiores empresas brasileiras nas áreas de varejo (supermercados, moda e eletroeletrônicos), indústria, finanças, serviços, educação e saúde.

Exemplo disso é da C&A. A marca possui 280 lojas em todo o Brasil e conta com três centros de distribuição (dois em São Paulo e um no Rio de Janeiro) para atender toda a demanda. A empresa também acredita que o processo logístico é fundamental para o bom andamento do negócio e faz parte do dia a dia da C&A, uma vez que os clientes estão cada vez mais à procura de processos práticos. Para que isso seja viabilizado, um bom planejamento, uma cadeia de fornecimento estruturada e uma operação logística aderente são vitais para cumprir este objetivo.

INVESTIMENTO EM TECNOLOGIA

Um dos grandes pilares do varejo são os investimentos em tecnologia na logística, pois um não anda sem o outro. É fundamental que cada vez mais os processos estejam dinâmicos, rápidos e alinhados com as características da empresa.

A C&A tem investido na modernização do parque tecnológico e na otimização das estruturas e tecnologias que já possui, melhorando a operação e tornando-a cada vez mais ágil e eficaz, atendendo as demandas específicas dos consumidores.

"Com a tecnologia cada vez mais avançada, o mercado consumidor está em constante transformação e está transformando as lojas físicas e online. Agora, o desafio das varejistas é a omnicanalidade, a fim de prover sempre uma experiência com a marca como um todo e não apenas por meio de um canal. A C&A se antecipou e foi uma das pioneiras a investir na estratégia *omnichannel*. A omnicanalidade foi pensada para que os clientes, além de terem contato com a marca, tanto por meio da loja física como por meio do *e-commerce*, tenham a opção de escolher o meio para realizar a compra ou até mesmo fazê-la de forma integrada nos dois ambientes, por meio do Clique & Retire. Com isso, os resultados são positivos: atualmente 25% dos pedidos feitos online são retirados no mesmo dia e em qualquer loja do Brasil, e 30% das vendas do *e-commerce* da C&A já são feitas pelo Clique & Retire. 25% dos consumidores do e-commerce ainda afirmam que não comprariam se não fosse por meio do Clique & Retire", posiciona-se a empresa.

O diretor executivo da Cosin também acredita que a logística tem sido beneficiada pela revolução digital que o mundo está passando e que a falta de informação e visibilidade não deveriam ser mais um problema nas operações logísticas.

"Lembro que a logística tem a ver com gestão do fluxo físico, mas que é dependente do fluxo de informação que permeia a cadeia toda. Ou seja, cada vez mais veremos a logística com aporte de tecnologia não só de informação, mas também de execução. Robôs têm sido usados com mais frequência em centros de distribuição, como, por exemplo, operando na separação e expedição de pedidos da Amazon. Pelas características do Brasil ainda não sabemos quando isso vai chegar mais forte, mas vai chegar, com certeza. A logística do futuro do varejo tem que ser, principalmente, adaptativa e responsiva. Isso quer dizer que as demandas mudam com muita frequência e a logística precisa ser flexível e rápida o suficiente para apoiar a empresa a capturar oportunidades. Um exemplo disso é quando um produto vira moda por causa de uma novela e uma demanda que era conhecida passa para um outro patamar. A empresa que conseguir mobilizar sua cadeia mais rapidamente desde o fornecedor até o ponto de venda a um custo competitivo leva vantagem", explica Philippe.

"Com a tecnologia cada vez mais avançada, o mercado consumidor está em constante transformação e fazendo a transição das lojas físicas para online. Agora, o desafio das varejistas é a omnicanalidade, a fim de prover sempre uma experiência com a marca como um todo e não apenas por meio de um canal".
C&A

Philippe Minerbo, diretor executivo da Cosin Consulting, consultoria de negócios e tecnologia

CONTROLE DE ESTOQUE

Outro ponto muito importante para o bom desenvolvimento do segmento é com relação ao controle de estoque. É preciso estar atento às tecnologias que também devem ser implementadas no departamento e no controle dos produtos.

"Hoje, o receio de uma ruptura de estoque é muito grande, pois é perda de venda direta. Então, a reação a isso, muitas vezes, é trabalhar com estoques altos para evitar a interrupção do fornecimento. Porém, isso tem um preço, pois estoque, além de dinheiro parado e custo de oportunidade, demanda uma infraestrutura logística para acomodação do mesmo. Um reflexo disso são centros de distribuição muitas vezes operando com mais estoque que o necessário, causando ineficiência operacional. A saída está em balancear a cadeia desde o fornecimento até a venda. Aqui estamos falando de giro e um bom resultado do varejo vem de um bom volume de vendas, mas com giro e margem. Para isso, a contribuição logística é fundamental", ressalta Philippe.

Créditos: Divulgação

Nos centros de distribuição, a C&A opera com sistema interno chamado Cabideiro, que consiste em movimentação de mercadorias em cabide desde o fornecedor até a loja, e de movimentação em caixas. Também utiliza um sistema desenvolvido internamente para controlar toda a movimentação das mercadorias por meio da leitura de código de barras realizada via Rádio Frequência. São ações que trazem à operação, além de confiabilidade operacional, alta precisão no controle dos estoques e maior produtividade e agilidade na cadeia.

DEMAIS MELHORIAS

Como maneira de otimizar os processos logísticos e a demanda varejista, a Cosin tem realizado diversos projetos na área.

"É preciso entender as necessidades logísticas do cliente e como a cadeia pode atendê-lo bem do ponto de vista de serviço prestado. O comportamento da demanda, muitas vezes, sofre impacto do serviço logístico. Um exemplo: se você não entregar o produto esperado e houver ruptura, não haverá venda. Não havendo venda, dependendo de como você olha os números, poderá concluir que esse produto não vende e por isso não envia mais. Cria-se o ciclo da pobreza baseado numa causa logística. A gestão da demanda pode ter quatro níveis de maturidade: histórico (assumo que o futuro obedecerá o padrão do passado), preditivo (previsão muitas vezes baseada em modelos de regressão para prever o futuro), prescritivo (imaginando como a demanda vai se comportar, começo a influenciar esse comportamento com ações de vendas e marketing e chego num número potencializado) e, por fim, cognitivo (antes da demanda se configurar já consigo antecipar qual será a necessidade, pois aprendi com os comportamentos. Nesse estágio, já estamos falando de uso de Machine Learning por exemplo). Entendemos que, em muitos casos, as empresas ainda não conseguiram dominar os estágios um e dois apropriadamente para pensar nos seguintes. Isso também depende de capacitação profissional, pois começa a envolver questões de probabilidades, riscos, efeitos causais, entre outros. Poucas pessoas dominam bem essa área dentro da logística", conclui o diretor executivo da Cosin.

"A logística do futuro do varejo tem que ser, principalmente, adaptativa e responsiva. Isso quer dizer que as demandas mudam com muita frequência e a logística precisa ser flexível e rápida o suficiente para apoiar a empresa a capturar oportunidades".
Philippe Minerbo, diretor executivo da Cosin Consulting

Já para a C&A é preciso separar em dois principais pontos: sistema e velocidade. "Nos últimos anos, houve uma evolução na logística do varejo porque as empresas viram a importância da logística dentro do negócio, fato que contribuiu para o aumento nos investimentos na área. Com isso, muitos fornecedores de soluções logísticas chegaram ao Brasil, possibilitando o acesso às tecnologias de ponta e tornando-as mais acessíveis para as empresas. Por outro lado, a constante mudança no mercado trouxe desafios, como a crescente demanda por velocidade, o que faz com que trabalhemos para ter entregas cada vez mais rápidas, correspondendo às necessidades de um consumo mais imediato e sustentável, tão importante quanto apenas entregar e ter a informação que foi entregue", comenta a empresa.

Agrishow amplia área e consagra-se como um dos maiores eventos para o agronegócio no mundo

Mega feira contará com 520 mil m² e será realizada de 29 de abril a 3 de maio, em Ribeirão Preto (SP)

Créditos: Divulgação

Sem dúvidas, a grande novidade deste ano da maior feira de soluções para agronegócio do Brasil, a Agrishow, é a nova área do evento: serão 520 mil m² para o público percorrer e conhecer as tecnologias e novidades do setor. O mega evento acontece de 29 de abril a 3 de maio, em Ribeirão Preto, interior de São Paulo.

Dentre os diversos lançamentos, o público poderá acompanhar a "Arena do Conhecimento", local para apresentações de novas tecnologias, conhecimento e tendências, e a "Arena de Demonstrações de Campo", com áreas de plantio e tratos culturais de hortifrúti da Coopercitrus.

“Uma novidade este ano é que a feira cresceu. Até ano passado, a área era de 440 mil m² contra os atuais 520 mil m². Essa expansão é resultado da nova área de plantio e tratos culturais de hortifrúti, que compõem a Arena de Demonstrações de Campo”, ressalta Liliane Bortoluci, diretora de Eventos da Informa Exhibitions.

Devido à grandiosa área do evento, é recomendado que o visitante se prepare e realize um planejamento prévio dos estandes que deseja visitar. Além disso, é orientado o uso de calçado confortável, utilização de protetor solar e a constante hidratação. Ao entrar no evento, todos receberão kits com instruções sobre áreas de descanso, trajeto do transporte interno, praças de alimentação, sanitários, entre outros.

Há 26 anos no mercado, o evento espera reunir mais de 800 marcas expositoras nacionais e internacionais e 150 mil visitantes qualificados do Brasil e do exterior.

O mega evento é uma iniciativa das principais entidades do agronegócio no País: Abag (Associação Brasileira do Agronegócio), Abimaq (Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos), Anda (Associação Nacional para Difusão de Adubos), Faesp (Federação da Agricultura e da Pecuária do Estado de São Paulo) e SRB (Sociedade Rural Brasileira), e é organizado pela Informa Exhibitions, integrante do Grupo Informa, um dos maiores promotores de feiras, conferências e treinamento do mundo com capital aberto.

Acesse: https://www.agrishow.com.br

APAS SHOW celebra 35ª edição

A 35ª edição da APAS SHOW, considerada a maior feira de alimentos, bebidas, higiene, limpeza, equipamentos e tecnologia para supermercados do mundo, já tem data marcada: será entre os dias 6 e 9 de maio, no Expo Center Norte, em São Paulo.

Com o tema "Super Hack - Hackeando o Supermercado", ao longo dos quatro dias do evento da Associação Paulista de Supermercados (APAS), palestrantes e convidados irão debater o mercado, compartilhar experiências e negócios com diversos *players* do setor.

Os números da última edição do evento impressionam: foram mais de 85 mil inscritos, quatro mil congressistas, 738 expositores e 639 visitantes internacionais.

Créditos: Divulgação

Acesse: http://www.apasshow.com.br/

FCE Pharma acontece no próximo mês de maio

O mercado farmacêutico é um dos setores que mais cresce mundialmente e é necessário constante aperfeiçoamento técnico e teórico para acompanhá-lo. Por isso, entre os dias 21 a 23 de maio, o São Paulo Expo (SP) recebe a 24° edição da FCE Pharma - Exposição Internacional de Tecnologia para a Indústria Farmacêutica.

Créditos: Divulgação

A principal plataforma de marketing e vendas do setor tem papel fundamental para a evolução do mercado nacional, uma vez que serão apresentados lançamentos e tendências, produtos e serviços e exposição de cases em conferências e palestras.

Além disso, os visitantes também poderão conferir novidades em máquinas e equipamentos, matérias-primas, embalagens, controle de contaminação, controle de qualidade, equipamentos para laboratórios, tecnologia e automação 4.0.

Acesse: https://www.fcepharma.com.br/pt

FCE Cosmetique

Paralelamente à FCE Pharma, no São Paulo Expo, acontece a FCE Cosmetique. Com o tema "Descubra a Beleza do Futuro", o primeiro evento do segmento que contempla os principais lançamentos de ingredientes e insumos da Europa e o único da América Latina que reúne, em um só lugar, toda a cadeia da indústria de cosméticos.

Créditos: Divulgação

Os visitantes e profissionais do mercado poderão conferir matérias-primas, fragrâncias, terceirização, embalagens, válvulas e spray, máquinas e equipamentos, acessórios e serviços especializados na área cosmética.

Acesse: https://www.fcecosmetique.com.br/pt

IMPARPEC

EMPRESA ISO 9001 CERTIFICADA

Qualidade e alta performance em Movimentação

Locação • Peças • Serviços • Equipamentos

@imparpecoficial /imparpec

@imparpec.oficial TV Imparpec

(19) 3272-9766

imparpec.com.br

Créditos: DRS Eventos

São José do Rio Preto recebe "Circuito Logístico do Interior"

Profissionais puderam conhecer diversos cases de sucesso de grandes players do segmento logístico

Mais de 200 profissionais do segmento de logística participaram da 4ª edição do "Workshop Circuito Logístico Interior", realizado no último dia 21 de março, na cidade de São José do Rio Preto, em São Paulo, e contou com o oferecimento da Marcamp Equipamentos e a parceria do Portal e Revista Painel Logístico.

Com objetivo de gerar oportunidades de negócios e estreitar o relacionamento entre clientes e fornecedores, diversos cases de sucesso foram apresentados e discutidos pelos principais embarcadores e parceiros do setor industrial como Pepsico, Lojas Lívia, Facchini, Souza Cruz, AFO Advogados, Performa Mais e Omnilink.

"É com muito orgulho que a Marcamp apresentou esse evento para toda a região de São José do Rio Preto. O "Circuito Logístico do Interior", nesta quarta edição, mostrou já exercer influência extra regional, com visitantes de outras partes do Estado e até de outras regiões do País. Influência atingida pela reconhecida proposta de disseminar conhecimento, networking, exibição de produtos e debater soluções em um mesmo local. Tudo isto proporcionado pela qualidade dos temas abordados na palestras, disposição dos palestrantes, apoio e empenho dos patrocinadores de diversos segmentos de solução logística e organização geral do evento. Os resultados foram excelentes para todos, visitantes e patrocinadores. Que venham mais edições do Circuito Logístico do Interior!", ressalta o gerente de negócios da Marcamp, Antonio Carlos Silvestre Junior.

Créditos: DRS Eventos

Além das apresentações, o evento contou com a atração "Circuito Experience", que é um showroom de soluções logísticas no qual os participantes puderam vivenciar uma experiência única, compartilhar a vivência e realizar negócios.

"O "Circuito Logístico do Interior", nesta quarta edição, mostrou já exercer influência extra regional, com visitantes de outras regiões do Estado e até de outras localidades. Influência atingida pela reconhecida proposta de disseminar conhecimento, networking, exibição de produtos e debater soluções em um mesmo local".
Antonio Carlos Silvestre Junior, gerente de negócios da Marcamp.

Créditos: DRS Eventos

"O evento foi um sucesso, atingindo seu objetivo que é de gerar negócios e estreitar o relacionamento entre fornecedores e clientes".
Deivid Roberto, responsável pelo evento e CEO do Grupo Painel Logístico.

Segundo o responsável pelo evento e CEO do Grupo Painel Logístico, Deivid Roberto, "o evento foi um sucesso, atingindo o objetivo que é de gerar negócios e estreitar o relacionamento entre fornecedores e clientes. Além, é claro, de levar um conteúdo logístico de muita qualidade aos convidados de toda indústria", pontua.

A 4ª edição do "Workshop Circuito Logístico Interior" contou com o apoio dos patrocinadores: Marcamp Equipamentos, Águia Sistemas, Fronius, Continental Pneus Visio, Omnilink e TVH.

Créditos: DRS Eventos

Créditos: DRS Eventos

AGV LINCE

Inovação com total conectividade!

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 Intralogística 4.0

Inovando a cada dia!

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

Os desafios da logística de medicamentos de alta complexidade

Por Vilson Schvartzman, Presidente da Profarma Specialty

Créditos: Divulgação

O mercado farmacêutico apresenta todos os dias inovações que enchem nossos olhos de esperança. A cada notícia sobre a chegada de um novo medicamento, o nosso otimismo aumenta em relação à ideia de que realmente viveremos mais e melhor.

Atualmente, as pesquisas das indústrias farmacêuticas focam especialmente no desenvolvimento de drogas que atuarão em doenças crônicas, raras e em especialidades médicas que exigem tratamentos de alta complexidade. Dificilmente veremos um grande lançamento nos próximos anos para hipertensão, mas com certeza na oncologia, por exemplo, a situação será diferente.

Estas drogas são mais caras e exigem um cuidado muito maior em toda a cadeia logística. Majoritariamente refrigerados (de 2 a 8 graus), os medicamentos especiais exigem armazenamento em câmaras frias e monitoramento constante de temperatura e umidade. Do manuseio à logística, passando pelo transporte, devem seguir rígidos padrões técnicos e exigidos pela indústria farmacêutica e órgãos regulatórios.

De nada adianta o cuidado impecável dentro "de casa" se o transporte não for feito da maneira correta. A identificação, validação e treinamento dos fornecedores de transporte são as etapas que mais desafiam o dia a dia dos serviços logísticos. A manutenção da qualidade da dispensação até a porta do paciente, clínica ou hospital é fundamental. Felizmente, hoje observamos várias transportadoras se especializando em medicamentos, principalmente, em cadeia fria. Nesse processo todo, a padronização é a chave do sucesso.

O investimento na logística deve ser intenso e dinâmico. Hoje, o controle das cargas é condição fundamental para oferecermos serviço de qualidade. Não se pode mais simplesmente embarcar a carga. O embarque do produto é somente o início do processo, que deve ser acompanhado em cada passo até a entrega. A tecnologia utilizada para o monitoramento integral online das cargas nos possibilita assegurar que nosso cliente receba o medicamento a tempo do procedimento agendado ou da continuidade de seu tratamento. As informações vagas foram substituídas pela assertividade de onde está o produto e quando será entregue.

A estratégia de transporte deve ser desenvolvida de maneira situacional. Cada perfil de paciente, doença, grupo de clientes ou região deve ser considerado na construção do melhor modelo para a entrega. O *standard* sai de cena e entra o *tailor-made* como modelo de operação. A realidade e expectativa de cada cliente serão definidores da forma de transporte a ser utilizada. O nível de serviço será sempre mais importante que o custo neste momento, já que o paciente que aguarda pelo medicamento não pode esperar mais do que o prazo combinado, principalmente quando falamos de produtos caros e que, por esse motivo, não são mantidos em alto nível de estoque na ponta.

Todo o cuidado para manter a excelência da cadeia logística de medicamentos especiais justifica-se quando conseguimos disponibilizar com qualidade o acesso aos medicamentos a pacientes públicos e privados, de todos os níveis sociais. Desta maneira, garantimos a qualidade dos tratamentos que a indústria farmacêutica desenvolve e preservamos a essência terapêutica de cada droga.

Fica a todos a missão de sermos inconformados por natureza e incansáveis na busca de inovações que possibilitem que os medicamentos de alta complexidade tragam à população cada vez mais saúde e qualidade de vida.

Como a cultura do erro pode impulsionar e revolucionar seu negócio

*Por Gabriela Menacho**

Créditos: Divulgação

Desde crianças somos orientados pelos nossos pais a entender que errar faz parte do aprendizado. Ouvimos: 'É errando que se aprende', 'quem não cai, não aprende a se levantar' entre outras frases feitas, que têm em comum mostrar que, por meio de um erro podemos tomar uma lição, e seguir em frente ainda melhores. Para o campo empresarial, essa 'Cultura do Erro' se fez muito presente no ecossistema das *startups*. Esse modelo de negócio entendeu que o fracasso é inevitável, mas que ele pode ser identificado rapidamente, a lição aprendida e novas medidas entrarem em vigor para a obtenção do sucesso. Mas, afinal, o que é a 'Cultura do Erro' e por que ela se faz cada vez mais importante nas empresas?

A verdade é que essa cultura já existe muito antes de as *startups* estourarem. Sempre houve quem enxergasse no erro uma excelente oportunidade de aprendizado. Comigo foi assim. Aprendi desde cedo a valorizar os tropeços ao longo da minha trajetória profissional, sem eles, eu, com certeza, não estaria aonde estou hoje. Foram os erros que me levaram a outra percepção de mercado, a um novo patamar e, por que não, ao conhecimento - não foi algo planejado, mas intuitivo e aconteceu de forma inconsciente.

Mas é fato também que durante um bom período as empresas focavam muito mais em compartilhar boas práticas do que erros. Ou, ainda pior, errar era tão mal visto, que era motivo para punição, prática que acaba sendo uma grande inibidora de novas iniciativas - e que empresa não precisa inovar?

Embora seja compreensível que muitas companhias enxerguem dessa forma, afinal, estamos falando de dinheiro - a maior parte delas acredita não possuir capital suficiente para errar -, muitas acabam optando pelo tradicional "teste A/B". E embora o teste A/B traga o melhor entre dois cenários, ele é bastante limitado pelo mesmo motivo, e impossibilita explorar novas ideias e soluções.

Em estratégias de fidelização, funcionaria mais ou menos assim: cada perfil de público demanda um gatilho (uma recompensa) para que se sinta incentivado a realizar um comportamento (realizar a compra, completar um cadastro etc). A questão é que, ainda que se tenha acesso a uma base de dados organizada que permita obter informações sobre quais comportamentos precisam ser incentivados, acertar qual gatilho vai funcionar para cada perfil de público ainda é uma hipótese, embasada em dados, mas não deixa de ser uma experiência que pode funcionar ou não, ou até funcionar de uma forma não esperada. E, uma vez que esses testes aconteçam em um ambiente controlado, é possível analisar erros e acertos, coletar insumos e realizar pequenos desvios de rota ou até mesmo perceber novas oportunidades não mapeadas na "fase teórica" do processo.

Dou um exemplo prático. Consideremos, por exemplo, que uma padaria deseja fazer com que seus clientes voltem com mais frequência ao estabelecimento. Para um grupo de clientes, oferecer desconto em sua próxima compra via mensagem de SMS pode funcionar. Para outra parcela dos clientes, ofertar uma degustação de um novo produto pode despertar o interesse no retorno. Ainda, para outros perfis de clientes, nenhuma dessas duas ações acima serão eficientes para trazê-los de volta, será preciso desenvolver uma nova abordagem, para que ele seja 'convencido' a voltar. A questão é que só poderemos descobrir discursos relevantes para cada um se nos permitirmos experimentar na vida real. Fórmulas prontas, na maioria dos casos, não geram essas respostas".

O erro em si é a oportunidade de experimentarmos, no mundo real e não só um plano no papel, que não sabemos como se comporta. Em um ambiente controlado, será possível a identificação de problemas, acertos e oportunidades, além da necessidade de um movimento rápido de correção e ajustes, necessário.

Isso traz a possibilidade de inovação. Mas também evidencia oportunidades que não estavam mapeadas a princípio e que nem sempre estão ligadas a uma prática inovadora, mas são tão importantes quanto.

Errar é inevitável, mas é importante estar preparado para quando o erro acontecer. Costumo dizer que preciso saber errar justamente para conseguir acertar. Eu me permiti errar, desde que eu estivesse pronta para avaliar, concluir e corrigir a rota e identificar a oportunidade. Se você acha caro errar, experimente não inovar!

**Gabriela Menacho é Diretora de Planejamento, Comunicação e Operações na Valuenet. Cerca de 20 anos de experiência na elaboração e implementação de estratégias de comunicação e marketing para grandes organizações e agências de comunicação. Profissional generalista no que tange às disciplinas de marketing e comunicação, com larga experiência em estratégias de incentivo e fidelidade. Destaque para o desempenho em liderança e gestão de pessoas.*

Transformação Logística

Por Jean Carlos Pereira, Sócio e CTO da Lincros

As compras online, sejam individuais ou corporativas, ganham cada vez mais espaço no mundo atual. A praticidade do movimento somada ao conforto de receber o produto em mãos têm um valor inestimável para os consumidores de *e-commerce*. Mas, existe um aspecto nessa prática que ainda pode ser motivo de apreensão: a velocidade da entrega. As pessoas fazem uma compra online hoje e esperam receber os produtos em casa, se possível, em tempo recorde.

E é neste cenário ágil e veloz que a tecnologia surge para atender muito bem aos nichos de mercado que dependem, às vezes, vitalmente da velocidade de entrega, como é o caso da logística no ramo da distribuição de medicamentos, por exemplo. A tecnologia empregada nos processos operacionais de coleta, entrega, transporte e armazenagem dos produtos é o que tem promovido a grande transformação no setor logístico global. E existem muitas tecnologias diversificadas para atender a esta demanda.

Os veículos elétricos são uma opção tecnológica que trazem consigo muitos benefícios adicionais, pois, além de aumentarem a velocidade da entrega, porque desempenham mais velozmente que o diesel, ainda protegem o meio ambiente, sendo uma escolha muito mais sustentável. A IoT (Internet das Coisas) também aparece como uma opção tecnológica importante e que tem apresentado diversas possibilidades no campo dos veículos sem motorista, por exemplo. Esta tecnologia já está sendo usada amplamente e com muito sucesso para monitorar a saúde do veículo sob aspectos como pressão dos pneus, estabilidade, temperatura e umidade de carga, e isso é extremamente relevante para a logística de perecíveis.

Big Data é mais uma inovação tecnológica muito útil no mundo da logística, e vem sendo usado para o acompanhamento em tempo real do status do processo logístico. A IA (Inteligência Artificial), quando usada junto ao Big Data, interpreta os dados e não só prevê com precisão os próximos passos de uma entrega, como ainda constrói um histórico real para planejamentos futuros.

As opções de tecnologias que o seu negócio pode empregar no âmbito logístico são vastas e estão à disposição; deixar de utilizá-las pode trazer consequências negativas a longo prazo.

JM EMPILHADEIRAS

A SOLUÇÃO QUE A SUA EMPRESA PRECISA

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!

www.jmempilhadeiras.com.br

JM EMPILHADEIRAS

Linde Material Handling Linde STILL

MEMBERS OF KION SOUTH AMERICA