PAINEL LOGÍSTICO

REVISTA ESPECIALIZADA EM LOGÍSTICA

ESPECIAL

NA VELOCIDADE DE UM **CLICK**

Como o e-commerce investe em entregas cada vez mais rápidas

pág. 26

Elas comandam

As mulheres na linha de frente na logística

pág. 49

Entrevista

Tudo sobre o crescimento do Porto Seco Centro-Oeste

pág. 12

FTL – Feira de Transporte Intermodal e Logistica 2022

Maior Vitrine de Negócios do Centro Oeste

Em alta

Condomínios Logísticos vivem melhor momento em 12 anos

pág. 22

Maio/Junho de 2021 | Edição Nº 40
www.painellogistico.com.br
40

Fronius

SelectION

O seu carregador para baterias de íons de lítio

Agora sim. Programe-se.

FTL FEIRA DE TRANSPORTE INTERMODAL E LOGÍSTICA

A Maior Plataforma de Negócios no Centro Oeste.

DE 11 A 14 DE MAIO DE 2022

CENTRO DE CONVENÇÕES DE GOIÂNIA - GOIÁS

INFORMAÇÕES:
62 98310.1442
11 97318.0822

CNT Confederação Nacional do Transporte — REALIZAÇÃO — FENATAC

PROMOÇÃO
ORGANIZAÇÃO
COMERCIALIZAÇÃO

PARCEIROS

ABR · ANELOG · ACIEG · ABIFER · SEST SENAT · SETCEG · AGEAP GOIÁS · ADIAL · Sindirepa · Sincopeças · Anfir · AGEPLAN-GO · GOIÂNIA · SIMEFRE · ACIRLAG · UFG · RF · TVLOG · BOLÉIA · ILOG360

PAINEL LOGÍSTICO
MÍDIA ESPECIALIZADA EM LOGÍSTICA

A pandemia acelerou o desenvolvimento tecnológico em diversos setores da economia. A logística foi um deles. Impulsionado pelo crescimento do e-commerce, o setor teve que dinamizar soluções e ver sua evolução alcançar a máxima velocidade.

E a necessidade de otimizar os processos para proporcionar as entregas na velocidade que o cliente deseja é o tema da nossa matéria principal: "Na Velocidade de Um Click". A nossa reportagem foi saber como Carrefour, Arezzo e Dafiti encontraram soluções para que o consumidor compre online e receba seus produtos de forma rápida e barata.

Também impulsionados pelo e-commerce, os condomínios logísticos estão prestes a viver um recorde de vendas em 2021, podendo o setor ter a melhor fase dos últimos 12 anos. Conheça os investimentos e novidades do setor, que se renova com tecnologia e inovação.

A tecnologia é também o tema principal da matéria que traz os detalhes do incrível Centro de Distribuição da Dafiti, em Extrema (MG), que por meio de Inteligência Artificial alcança a capacidade de separar 5 mil produtos por hora, o que reduz para duas horas o processo, que antes costumava levar 24 horas.

Outro destaque desta edição são as mulheres que ocupam cargos de liderança na logística. Conversamos com três profissionais que contam suas trajetórias e falam sobre os desafios da carreira em um ambiente ainda dominado por homens.

Além disso, detalhes sobre o Porto Seco Centro-Oeste, a retomada das feiras presenciais, novos pontos de serviços nas estradas brasileiras e o lançamento da LogBrands, uma nova mídia 100% virtual para o setor.

Boa leitura!

painellogistico
Painel Logístico
@painellogistico

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

Departamento Comercial
José Roberto Fernandes
jfernandes@painellogitico.com.br
comercial@painellogistico.com.br

Administrativo e Financeiro
financeiro@painellogistico.com.br

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

Marketing e Marketing Digital
marketing@painellogistico.com.br

Arte e Diagramação
Rafael Vaz
contato@rafavaz.com

Editora-Chefe
Erica Amores
Conteúdo Empresarial
redacao@painellogistico.com.br

Jornalista
Christiane Disconsi
Conteúdo Empresarial
christiane@conteudoempresarial.com.br

bbm LOGÍSTICA TRANS LOVATO LAGEXPRESS diálogo,

Um dos maiores Operadores Logísticos do Mercosul.

Soluções Logísticas End-to-End.
Da matéria-prima ao consumidor final.

Abrangência:
- Intermodal
- Transporte Fracionado | *LTL*
- *DCC Industry* | Dedicado Indústria
- *TM* | Gestão de Transportes
- *DCC F&A* | Florestal e Agro
- *Last Mile / E-commerce*

E-commerce
- First Mile
- Last Mile B2C
- Marketplaces
- Logística Reversa

Trasporte Fracionado
- LTL Nacional e Mercosul

TM | Gestão de Transporte
- Carga Lotação | FTL Nacional e Mercosul
- Transporte Intermodal
- Transporte Internacional
- Transporte de MRO Inbound Industrial

DCC Industry | Dedicado da Indústria
- Químicos e Gases do Ar
- Granéis Líquidos
- Gestão de Armazenagem
- Operação Retroportuária

DCC F&A | Dedicado Florestal e Agro
- Soluções logísticas dedicadas para o Florestal e Agro
- Colheita
- Transporte Inbound e Outbound
- Monitoramento de carga, descarga, pátios e operações de apoio em campo

www.bbmlogistica.com.br comercial@bbmlogistica.com

PAINEL LOGÍSTICO
MÍDIA ESPECIALIZADA EM LOGÍSTICA

8 Rede LOHMM tem projeto moderno para revolucionar a estrada brasileira

12 Porto Seco Centro-Oeste cresce na pandemia

22 Mercado de Condomínios Logísticos deve movimentar R$ 8 bilhões até o final do ano

26 Na velocidade de um click

32 Goiânia recebe Feira de Transporte Intermodal e Logística em 2022

34 Rumo inicia comissionamento de operação na Ferrovia Norte-Sul

38 Credibilidade do e-commerce se dá com logística eficaz

42 De cara nova, ABOL busca reconhecimento do Operador Logístico

47 Canal LogBrands é vitrine para negócios e novidades do mercado

49 Mulheres assumem posições na linha de frente da Logística

52 Com novo centro de distribuição, Dafiti garante a maior automação de e-commerce de moda do Brasil

55 Powerful women: Mulheres no Delivery

Até 2030, serão 408 espaços multifuncionais espalhados pelas estradas brasileiras

por Painel Logístico

Rede LOHMM tem projeto moderno para revolucionar a estrada brasileira

Empresa de infraestrutura de apoio à logística prepara mais de 400 espaços completos para atender necessidades de caminhoneiros, turistas e também facilitar negócios

Um oásis no meio da estrada. Esse é o conceito da Rede LOHMM de Infraestrutura de Apoio. Com projeto arrojado, a empresa visa criar, até 2030, um total de 408 espaços nas estradas brasileiras para reunir, em um mesmo lugar, uma gama de serviços para atender turistas, caminhoneiros e proporcionar negócios com logística.

Os espaços possuem quatro modelos com dimensões diferentes e foram criados para trazer conforto e bem estar aos viajantes. O diferencial destas estruturas, se comparados aos postos de parada já encontrados durante as viagens, é a ampla oferta de serviços, como explica o CEO da LOHMM Investimentos, Marcelo Lira. "Vamos atender uma série de necessidades. Entre elas, a da alimentação na estrada, que contará com diferentes opções gastronômicas, com preços variados, atendendo o público de forma mais democrática, em um mesmo local", ressaltou.

O empreendedor já está fechando parcerias para implantar os primeiros 18 espaços nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Goiás. A previsão é que as unidades iniciais já estejam em funcionamento a partir do segundo semestre de 2022 em pontos estabelecidos nas estradas de São Paulo. "Estamos criando algo inédito e que está atraindo diversos parceiros e investidores para proporcionar o que há de melhor para os viajantes das estradas brasileiras, com soluções integradas e eficientes".

> *"Estamos criando algo inédito e que está atraindo diversos parceiros e investidores para proporcionar o que há de melhor para os viajantes das estradas brasileiras, com soluções integradas e eficientes"*

Lira lembra que grande parte da elaboração deste arrojado projeto tem foco no caminhoneiro. Afinal, os espaços contarão com serviços automotivos — estacionamento, borracharia, limpeza e higienização, socorro mecânico, guincho, entre outros — e áreas destinadas ao bem-estar, que vão muito além de um local para descanso, banho e higiene pessoal. Nos pontos também será possível ter acesso a serviço médico e odontológico, farmácia, lavanderia, salão, barbearia, hotelaria, salas multimídia e de jogos, e brinquedoteca.

"A Lei do Descanso foi a prioridade quando iniciamos a elaboração deste projeto. A norma determina que o caminhoneiro faça paradas de 30 minutos a cada quatro horas ao volante. Além disso, o motorista profissional deve parar por uma hora durante essa jornada para a refeição. Outra regra vigente é o intervalo diário de 11 horas entre uma viagem e outra e em nossos pontos, eles terão toda a infraestrutura necessária para isso", explicou o CEO da LOHMM.

Não somente o caminhoneiro, mas o turista, de um modo geral, pode se beneficiar destas estruturas. Lojas, restaurantes, aluguéis de veículos, postos de combustíveis e espaços financeiros, como casas de câmbio, fazem parte das facilidades dos pontos LOHMM.

Marcelo Lira, CEO da LOHMM

Negócios em movimento

As oportunidades de negócios também foram mapeadas neste planejamento. Áreas para a instalação de coworking, consultorias e polos de EAD são outras oportunidades, possibilitando, por exemplo, a continuidade dos estudos, mesmo durante as viagens.

A logística não ficaria de fora desse projeto, especialmente em se tratando de dar apoio ao e-commerce. "Os pontos são locais estratégicos para a distribuição e retirada de cargas, ou compras", disse Lira, mostrando outras funcionalidades como o armazenamento de cargas gerais, self storage e pátios de containers.

> *"Planejamos uma rede integrada com 408 unidades, o que viabiliza o planejamento de rotas com segurança e confiabilidade"*

Outra vertente que se destaca neste arrojado projeto é a tecnologia. Torres de monitoramento e visão computacional, tornam as unidades muito mais seguras e garantem a rastreabilidade da operação. Isto beneficia as transportadoras de cargas e valores, os próprios passageiros de linhas rodoviárias e seguradoras, que podem acompanhar as viagens em tempo real, com cada parada registrada no sistema. "Planejamos uma rede integrada com 408 unidades, o que viabiliza o planejamento de rotas com segurança e confiabilidade", finalizou Lira.

Modelos de negócios LOHMM

O ecossistema LOHMM possui quatro dimensões para servir às necessidades de Logística desde a base até as pontas.

Hiperlog

São unidades com áreas acima de 250 mil m², destinadas a portos, pólos industriais e agroindustriais.

Serviços oferecidos: Estacionamento para caminhões, pátios de containers, armazenamento, aluguel de equipamentos, central de fretes, posto de combustível, serviços de limpeza e higienização, restaurantes, lanchonete, farmácia, lavanderia, hotel econômico, coworking e outros.

Express

São unidades com áreas de até 150 mil m², que serão instaladas ao longo de rodovias levando qualidade e padronização de serviços.

Serviços oferecidos: Estacionamento para caminhões, armazenamento vertical, central de fretes, posto de combustível, serviços de limpeza e higienização, restaurante, lanchonete, centro de saúde, farmácia, lavanderia, hotel econômico, coworking, guincho, socorro mecânico entre outros.

Unidades reunirão, em um mesmo lugar, uma gama de serviços para atender viajantes, sejam eles turistas ou caminhoneiros

Ponto LOHMM

Apoiadas pelas unidades Express e mais próximas às unidades, os Pontos LOHMM são Ponto de Parada e Descanso (PPD) suprindo as rodovias brasileiras dos serviços de apoio, em atenção às determinações da Lei nº 12.619/12 e obedecendo às diretrizes da Secretaria Nacional de Transportes Terrestres do Ministério da Infraestrutura.

LOHMM Coleta

Uma rede de pontos de coleta, integrada com os principais operadores de entregas do país. Pontos espalhados por todo o Brasil gerando capilaridade para que empresas possam usar no First mille e no Last mille dinamizando suas operações.

Porto Seco Centro-Oeste cresce na pandemia
Revista Painel Logístico
PAINEL LOGÍSTICO
REVISTA ESPECIALIZADA EM LOGÍSTICA

Porto Seco Centro-Oeste cresce na pandemia

por Painel Logístico

Tomada de decisões rápidas e preparo garantiram funcionamento e fizeram com que desempenho da empresa apresentasse bons resultados nas importações e no mercado interno

Porto Seco Centro-Oeste superou as expectativas, com aumento de quase 10% nas exportações, durante o ano de 2020

Crescer na crise é uma das virtudes da logística. As medidas de isolamento social da pandemia fizeram com que o setor aumentasse significativamente sua participação na economia, movimento que ocorreu no mundo inteiro. Com isso, a performance de diferentes atores dessa cadeia tem sido positiva. Um dos destaques ficou por conta do Porto Seco Centro-Oeste, que superou as expectativas e, na contramão das estimativas de queda nas importações — até 20%, segundo o IPEA —, viu um aumento de quase 10%, durante o ano de 2020. O resultado positivo é reflexo de trabalho, preparo e atualização constante, conforme contou o diretor de Operações do Grupo Porto Seco Centro-Oeste, Everaldo Fiatkoski, em entrevista à Revista Painel Logístico.

PL - Como funciona o Porto Seco Centro-Oeste?

Fiatkoski - O Porto Seco é uma empresa privada que atua na armazenagem e movimentação de cargas em regime alfandegado ou mercado interno. É um grande facilitador das Operações de Comércio Exterior. Foi o primeiro Porto Seco da região centro-oeste. Alfandegada em setembro de 1999, a instituição incorporou na região uma nova e importante alternativa logística, desempenhando papel fundamental no desenvolvimento do Estado, aproximando-o do mercado globalizado. Hoje, oferecemos aos clientes a solução ideal em Estação Aduaneira, dinamizando as operações de importação e exportação com a consequente redução de custos e otimização de resultados. Em parceria com a Log-In, Logística Intermodal S/A (Companhia Vale do Rio Doce), prestamos serviços de logística integrada com os mais modernos padrões internacionais de qualidade, segurança e agilidade.

PL - Onde há unidades e quais são as diferentes modalidades em cada local?

Fiatkoski - A matriz fica em Anápolis (GO). Junto ao Porto Seco, também há uma área de mercado interno. Nesta localidade, tratamos com cargas alfandegadas que chegam via modal rodoviário ou ferroviário e também temos expedição, tanto de granel como de contêineres, via ferrovia. As duas ferrovias que atendem a matriz são a Ferrovia Norte-Sul e a Ferrovia Centro Atlântica, que liga Anápolis a Sumaré, mas também tem ligações com Belo Horizonte (MG), Vitória (ES), Rio de Janeiro (RJ) e até mesmo Salvador (BA). As outras unidades que nós temos são em Gurupi (TO) e Uruaçu (GO), ambos terminais da Ferrovia Norte-Sul, onde são movimentados principalmente minérios e insumos industriais. Temos mais uma filial na cidade de Belém do Pará (PA), onde recebemos principalmente carga em regime alfandegado, originada ou destinada para modal aéreo.

PL - Há uma integração com diferentes modais, com destaque para as ferrovias. Quais são os benefícios desta integração?

Fiatkoski - Em Anápolis (GO) a integração é com a Ferrovia Norte-Sul e Centro-Atlântica. Em Uruaçu (GO) e Gurupi (TO), estamos em estágio pré-operacional, principalmente por conta da ligação no tramo Sul com a Malha Paulista, que está sendo realizada pela Rumo nesse momento. Podemos elencar três principais benefícios dessa integração. O primeiro é que a ferrovia se mostra como opção de modalidade, o que passou a ser essencial após a greve dos caminhoneiros em 2019. Em segundo lugar, os custos e os valores praticados no modal ferroviário normalmente são inferiores ao do modal rodoviário

e, além disso, é possível, por meio de um planejamento, passar a ter um estoque em trânsito, diminuindo os custos de logística tradicional em armazéns. Por fim, são novas formas, mais amigáveis ao meio ambiente, pois a empresa que adota o modal ferroviário diminui sua participação no modal rodoviário, reduzindo a emissão de poluentes. Essas são apenas algumas vantagens, entre outros itens que são interessantes para melhorar a logística no Brasil.

PL - Como foi a movimentação de cargas durante a pandemia? Houve aumento? Quais tipos? O que ocasionou esse aumento?

Fiatkoski - No Porto Seco, em Anápolis (GO), tivemos um aumento significativo de cargas relacionadas ao combate a pandemia, como, por exemplo, insumos farmacêuticos, produtos de saúde, dentre outros, e uma consequente diminuição de cargas não essenciais, como equipamentos e peças de veículos, o que fazia todo sentido, principalmente no começo, quando a economia teve um desaquecimento. Mas, isso foi rapidamente alterado. Em 2020, por exemplo, o volume de importações registrou aumento recorde no primeiro semestre nos meses de Janeiro (+69%) e Abril (+31%), em relação ao mesmo período de 2019. Esses resultados não se tratam de uma excepcionalidade, pois nosso crescimento tem sido sustentado ao longo dos anos pelo trabalho de uma equipe altamente capacitada para oferecer os melhores serviços e soluções para nossos parceiros. Os dados demonstram a importância do Porto Seco para Anápolis e a consolidação da estação

Everaldo Fiatkoski, Diretor de Operações
do Grupo Porto Seco Centro-Oeste

A FTLOG oferece as melhores soluções para a sua empresa.

Do Planejamento à Execução

Desenvolvemos e operamos a sua Logística; E-commerce; Marketplace; Fulfillment; Distribuição e Compras

Consultoria, projetos e conselheiros:

- Dimensionamento de operações
- Planejamento de demandas, estoques e compras
- Estudo de layout
- Planejamento integrado de vendas e operações
- Auditoria de processos e estoques
- Central de Compras e Serviços compartilhados
- PEL – Programa de Excelência em Logística
- Academia de Logística e Supply Chain
- Programa de Desenvolvimento de Liderança de Alto Desempenho

Operações:

- Gestão de operações logísticas
- Outsourcing de operações e centros de distribuições
- Operações de E-commerce
- Fulfillment
- Armazenagem dark store
- Gestão de almoxarifados
- Gestão de compras de suprimentos
- Gestão de logística reversa
- Gestão de estoques
- Gestão do Customer Service e pós-venda
- Torre de controle

Excelência em Logística e Supply Chain

FTLOG
Soluções em Logística

www.ftlog.com.br
FTLOG Soluções em Logística
(81) 9 9273-1125
@ftlog_logistica
comercial@ftlog.com.br

> *Esses resultados não se tratam de uma excepcionalidade, pois nosso crescimento tem sido sustentado ao longo dos anos pelo trabalho de uma equipe altamente capacitada para oferecer os melhores serviços e soluções para nossos parceiros*

aduaneira como referência na prestação de serviços para empresas de todo País, que têm no PSCO o apoio logístico e alfandegário necessário para aquisição de mercadorias e insumos. As principais importações vêm de países como Alemanha, China, Suíça, Estados Unidos e Coreia do Sul.

PL - Além das importações, houve crescimento no mercado interno?

Fiatkoski - Sim. Em relação ao mercado interno, no primeiro semestre de 2020 houve um aumento de 165% em movimentação de contêineres, comparado ao mesmo período de 2019. Mais de 70 mil toneladas de cargas passaram pela estação aduaneira no período de janeiro a junho, 44 mil toneladas a mais que no mesmo período de 2019.

PL - O Porto Seco está trabalhando com diversificação de cargas? Como são divididas (onde e que tipo em cada unidade)?

Fiatkoski - Sim. Temos operações diversificadas, com uma multimodalidade muito forte na parte de Anápolis (GO), Uruaçu (GO) e Gurupi (TO). Em Anápolis, as cargas são bastante diversificadas: vão desde produtos básicos até produtos acabados. Em Uruaçu e Gurupi são cargas relacionadas a ferrovia, de acesso ou de recebimento através desse modal. Já em Belém (PA), há uma concentração em cargas que têm origem ou destino aéreo, especificamente para importação ou exportação.

PL - Como o Porto Seco se preparou para atender essa diversidade?

Fiatkoski - O planejamento estratégico no Porto Seco teve início de 6 anos

Bastian SOLUTIONS
a TOYOTA ADVANCED LOGISTICS company

ECOMMERCE.
OMNICHANNEL.
MICROFULFILLMENT.

COMO INTEGRADOR DE SISTEMAS, A BASTIAN SOLUTIONS COMBINA O MELHOR EM AUTOMAÇÃO PARA MOVIMENTAÇÃO DE MATERIAIS E SOFTWARE PARA CADEIA DE SUPRIMENTOS CRIANDO SOLUÇÕES COMPLETAS QUE AJUDAM SEUS CLIENTES A AUMENTAR A PRODUTIVIDADE E REDUZIR OS CUSTOS OPERACIONAIS. SEJA PARA PEDIDOS DE ENTREGA NO MESMO DIA OU DIA SEGUINTE, RETIRADOS NA LOJA OU ENTREGUES AO CLIENTE, OS VAREJISTAS CONFIAM SUAS REDES DE SUPRIMENTOS EM NÓS.

PROJETANDO SUA VANTAGEM COMPETITIVA.
+55-19-3833-9090

SAIBA MAIS EM:
BASTIANSOLUTIONS.COM/PT-BR/

para cá, quando tivemos uma alteração diretoria. Foi principalmente relacionado a uma necessidade de aumentar receitas e deixar de ficar completamente dependente da parte de importação. Nesse momento passamos por diversas mudanças relacionadas à Receita Federal, a fim de fazer com que os procedimentos administrativos fossem mais ágeis. Portanto, houve participação em várias licitações, nas quais, algumas relacionadas à logística, por isso já havia a previsão de investimento para cada uma das áreas e uma operação comercial muito forte para mobilizar as demandas.

PL - Quais foram os aprendizados da pandemia?

Fiatkoski - O Porto Seco foi um dos primeiros a se prevenir sobre os efeitos da pandemia. Desde janeiro de 2020, quando ainda não havia casos de contaminação no Brasil, já começamos a agir de forma preventiva, até porque nós recebemos algumas cargas de importação, que demoram, em média, três dias para sair da Ásia e chegar até aqui e lá o vírus já circulava. Por isso, para garantir as operações, adotamos medidas de controle especiais para cargas de origem asiática, com protocolos rígidos de saúde e segurança dos colaboradores. Portanto, um dos aprendizados que levamos é: nos preparar para o pior e esperar o melhor. Já estávamos preparados para uma situação adversa, com uma estrutura formada, e um plano e é isso que impede de entrar num cenário muito negativo para os negócios. O segundo aprendizado é em relação às pessoas. Percebemos, logo no começo, um grande medo, um temor em relação à situação e demos todo o apoio para que isso fosse rapidamente superado, com todos os meios materiais e morais, para que isso não afetasse o funcionamento da empresa. Na publicação dos primeiros decretos governamentais, as medidas foram reforçadas, principalmente com a implementação do trabalho em home office para mais de 50% da equipe e controle no acesso de colaboradores, motoristas e demais prestadores de serviços. Nossa organização sempre esteve preparada para gerenciamento de crises, com adoção de soluções rápidas e o mínimo de impacto em nossas operações.

PL - Houve investimento em tecnologia? Que tipo?

Fiatkoski - O Grupo PSCO tem investido muito em estrutura e inteligência para desenvolver soluções completas e diversificadas para operações alfandegadas e este investimento é diário. Novas opções de movimentação de cargas, soluções mais eficientes, mais rápidas e baratas, que trazem menos riscos, são mapeadas diariamente e, agora, mais ainda. Nós tivemos

AUMENTE SEU POTENCIAL
DE PRODUÇÃO

Seu negócio precisa de crescimento e expansão! Entre em contato com nossa equipe de vendas e faça uma cotação. Vendas, locação e manutenção de empilhadeiras Linde e Still, carregadores de baterias, baterias tracionárias, niveladores de doca e estrutura porta palete.

GRUPO MOVIMINAS® EMPILHADEIRAS
Linde STILL DEMATIC ÁGUIA Sistemas Fronius FULGURIS
Av. Dr. Vicente Salles Guimarães, 605 - Alto Umuarama | PABX: (34) 3232-1410 | Uberlândia MG
www.moviminas.com.br

> *Nossa organização sempre esteve preparada para gerenciamento de crises, com adoção de soluções rápidas e o mínimo de impacto em nossas operações*

uma grande velocidade no desenvolvimento de meios de comunicação não presenciais, que tornaram muito mais eficiente a gestão administrativa e de documentos. Além disso, os números revelam que a produtividade da equipe aumentou consideravelmente nos últimos meses, alcançando resultados mais rápidos para quaisquer assuntos ligados à prestação de serviços de comércio exterior.

PL - Como você vê a contribuição do Porto Seco para o desenvolvimento da logística brasileira?

Fiatkoski - Na época em que foi criado, o Porto Seco era uma opção para trazer mais qualidade em relação aos portos molhados em zonas de fronteira, que estavam sucateados e lotados de cargas. Hoje, com uma movimentação muito maior do que naquela época e uma concorrência muito maior, o Porto Seco de Anápolis (GO) continua sendo uma referência em qualidade de infraestrutura e eficiência operacional, ao mesmo tempo que é tecnológico, pois permite que os seus usuários saibam que a carga deles está em ótimas condições. Temos um atendimento diferenciado, tanto da estrutura administrativa das pessoas que trabalham no Porto Seco, quanto pelos órgãos anuentes, que veem a carga trazida para cá como um diferencial. As empresas que fazem essa importação e exportação deixam de ser mais uma, como acontece nos portos molhados, e passam a ter uma atenção diferenciada por parte dos órgãos, sem perder a eficiência e a velocidade nos processos administrativos. Cargas movimentadas por aqui, com a grande possibilidade de escolha dos modais, tem também a sua unidade preservada de acordo com suas características. Uma carga que tem a necessidade de chegar mais rápido tem a opção de um modal de transporte, enquanto uma carga que pode esperar um pouquinho mais, por um custo menor, também tem a opção de ser expedido. O Porto Seco respeita as características da carga e permite, em um único local, o tratamento delas de acordo com cada necessidade.

A GLP é uma das líderes globais em gestão de investimentos e desenvolvimento de negócios em logística, real estate, infraestrutura, finanças e tecnologias relacionadas. Com uma longa tradição e histórico comprovado como investidora, operadora e desenvolvedora, se tornou uma das maiores plataformas logísticas do mundo. Estamos comprometidos em oferecer soluções que aumentem a eficiência da cadeia logística, reduzam os custos e elevem o nível de serviço para nossos clientes.

- Investimentos em inovação: GLP Fast Pass, app exclusivo para gestão eficiente de carga e descarga
- Administração condominial certificada pela ISO 9001:2015
- Parceiro logístico de grandes marcas com 68 milhões de m² construídos
- Alta qualidade técnica e sustentabilidade
- Líder em instalações modernas com operação em 17 países, com mais de US$ 100 bi AUM

Conheça nossas soluções

E. locacao@GLP.com
S. www.GLP.com
T. (11) 3500 3700 - (21) 3570 8180

GLP

por Painel Logístico

Tendências como Last Mile e Logística 4.0 são aplicadas nos galpões para garantir menor custo de frete

Mercado de Condomínios Logísticos deve movimentar R$ 8 bilhões até o final do ano

Alta do e-commerce impulsionada pela pandemia e aportes de recursos pode garantir recorde nos indicadores e melhor desempenho do setor em 12 anos

Os condomínios logísticos estão em alta. A combinação entre crescimento do e-commerce, impulsionado pela pandemia, e o aporte de recursos de fundos de investimento pode garantir um recorde nos indicadores. A expectativa do setor é alcançar R$ 8 bilhões em vendas até o final do ano. O dado é da consultoria CBRE, que acompanha a evolução do mercado.

Para se ter uma ideia, entre 2014 e 2018, a média foi de R$ 2,5 bilhões em transações, ao ano. Este volume triplicou entre 2019 e 2021. Somente em 2020, o mercado alcançou RS 7,4 bilhões, alta de 12% em relação ao ano anterior, que somou R$ 6,3 bilhões. No fechamento do primeiro trimestre deste ano, já haviam sido negociados R$ 4,2 bilhões, sem contar os outros R$ 2 bilhões que estão em diligência.

> *"O ano de 2020 teve recorde em locação de galpões e esperamos números muito parecidos para 2021, com chances de ser o melhor ano do setor em 12 anos*
> *- Abiner Oliveira"*

Mercado tem melhor desempenho em 12 anos

Para a consultoria Colliers Internacional, no Brasil há 23 anos, líder em transações de venda e locação de galpões, o período atual pode ser o melhor do setor em 12 anos. "O ritmo se manteve forte. O ano de 2020 teve recorde em locação de galpões em relação a 2019 e esperamos números muito parecidos para 2021, com chances de, quem sabe, ser o melhor ano do setor em cerca de 12 anos", afirmou o diretor comercial e de logística da empresa, Abiner Oliveira.

Hoje o Brasil tem 17.997.394 m2 de condomínios logísticos, com 86,95% locados. Os números englobam construções das categorias A+, A e B (variação conforme o grau de tecnologia que oferecem). "O tipo de galpão construído no Brasil é de alta qualidade, com padrões e premissas internacionais. Atualmente, a grande preocupação é a eficiência energética, reduzindo custos com condomínio, por exemplo, tendo as captações de energia solar originadas de placas fotovoltaicas, instaladas nos telhados de galpões, como potencial diferencial no mercado atual", ressaltou.

São Paulo ainda concentra a maior parte do estoque, com 9.868.500 m2. "A tendência é de haver um descentralização do eixo RJ-SP, com mais difusão nas capitais e regiões metropolitanas, aproveitando o apelo importante das certificações Green Building".

Abiner Oliveira, diretor comercial e de logística da Colliers Internacional

> *A tendência do Last Mile requer uma avaliação. É preciso ponderar se boa localização supera o custo de locação maior*
> *- André Carlos Tucunduva Romano*

Last Mile representa alta demanda

A principal tendência do setor é a busca por imóveis chamados de Last Mile. São aqueles que suprem a última perna logística entre o produtor ou distribuidor e o destino final dos produtos. Estes imóveis estão localizados muito próximos, ou mesmo dentro dos centros consumidores.

Por esta razão, os custos são maiores nestas localizações e, diante disto, os imóveis disponíveis são menores do que os que abrigam Centros de Distribuição tradicionais. Por isso, estes acabam servindo para a entrada e saída de mercadorias e não armazenamento. "As empresas que procuram esses imóveis geralmente buscam, acima de tudo, uma localização ótima. Claro que se essa localização for acompanhada por especificações técnicas boas, é o ideal, mas, na maioria das vezes, não é o caso", comenta o gerente da Divisão Industrial e Logística da JLL, André Carlos Tucunduva Romano.

André Carlos Tucunduva Romano, gerente da Divisão Industrial e Logística da JLL

Para Romano, a tendência do Last Mile, tem base no custo benefício. Atualmente, a cidade de Cajamar se destaca com as maiores absorções líquidas do Estado de São Paulo: 186 mil m2, entre 2017 e 2020. A seguir, aparecem Guarulhos (133 mil m2), Jundiaí (58 mil m2), Campinas (47 mil m2) e Embu (16 mil m2). "É preciso avaliar se uma boa localização supera o custo de locação maior, em relação aos outros imóveis disponíveis no mercado. Considerar se as vantagens competitivas para a empresa superam custos de investimento, em locação e reformas e adequações. O ideal é avaliar caso a caso e uma consultoria pode ajudar a fazer os aportes de maneira assertiva".

Logística 4.0: tecnologia para baratear o custo do frete

A alta do e-commerce, impulsionada pela pandemia, foi um dos pilares de crescimento de toda a cadeia logística, incluindo os condomínios. O investimento em tecnologia está colaborando para tornar as entregas mais rápidas e baratas para o consumidor final, ajudando as empresas a terem melhores condições de envio, algo que vem sendo considerado fator decisivo na hora da compra.

Mercado de Condomínios Logísticos deve movimentar R$ 8 bilhões até o final do ano
Revista Painel Logístico
PAINEL LOGÍSTICO
MÍDIA ESPECIALIZADA EM LOGÍSTICA

Dentro das operações, a introdução de robôs sorter e de veículos transportadores controlados à distância tem sido cada vez mais comum, sobretudo nos Estados Unidos, mas já temos notícia de players que já estão em processo de cada vez "robotizar" mais sua operação. Essa robotização deve trazer cada vez mais eficiência de ocupação para os inquilinos, ou seja, as operações devem aumentar de capacidade e diminuir de tamanho.

A aplicação do conceito Logística 4.0 trará processos inovadores como estratégia de crescimento. A tendência é que todos os processos operacionais sejam cada vez mais automatizados, aumentando a produtividade e a eficácia de toda a operação. "Esse conceito corrobora a tendência do e-commerce, grande driver de crescimento do setor logístico, em busca de entregas de produtos em prazos cada vez menores, visto o aumento da exigência dos consumidores finais em suas aquisições", afirma o diretor comercial da LOG CP, Guilherme Trotta.

> *O conceito de logística 4.0 corrobora a tendência do e-commerce, grande driver de crescimento do setor logístico, quanto a necessidade de mais tecnologia trazendo velocidade e menor preço*

Guilherme Trotta, diretor comercial da LOG CP

Atualmente a LOG investe em uma plataforma de Inteligência de Mercado. Os condomínios são implementados em locais estratégicos, dotados de tecnologias IOT, garantindo maior compreensão dos processos, gestão mais eficiente, prevenção de falhas e a melhoria da experiência dos clientes. "Em 2020,reestruturamos a área de Data Analytics, que vem facilitando a gestão do negócio e agilizando a tomada de decisão. Além disso, desenvolvemos estudos que direcionam a estratégia do negócio. Todo este investimento gera mais velocidade, eficiência, transparência e redução de custos, tanto para a LOG quanto para seus stakeholders", finalizou.

por Painel Logístico

Na velocidade de um click

Como a pandemia acelerou o tempo de entregas no e-commerce, setor que segue em franco crescimento de vendas, com alta de 72% no primeiro trimestre deste ano

Compras realizadas e recebidas em casa, em questão de minutos. As medidas de isolamento social, impostas para conter o avanço da pandemia de COVID-19, mudaram os hábitos de consumo, reflexo do fechamento do comércio físico, em março de 2020. O aumento das restrições de mobilidade fez com que o cliente iniciasse uma nova jornada de compra e a novidade acabou se tornando parte do cotidiano. Hoje, o consumidor, que já se acostumou a comprar online, tem outra necessidade: a entrega rápida.

Prova de que as compras virtuais vieram para ficar é o mercado de e-commerce, que segue aquecido, mesmo com restrições mais brandas. No Brasil, o varejo digital faturou R$ 35,2 bilhões no primeiro trimestre de 2021, aumento de 72,2% em relação ao mesmo trimestre do ano passado. Os dados são do relatório Neotrust, que mostra ainda aumento de 9,4% no tíquete médio de vendas que chegou a R$ 447,90 por compra, também refletindo novos hábitos. O consumidor passa agora a adquirir itens que antes não comprava on-line, como alimentos e bebidas.

O volume de entregas também cresceu. Segundo um levantamento realizado pela Intelipost, líder em gestão de fretes no Brasil, houve aumento de 56% no primeiro semestre de 2021, em comparação com o mesmo período do ano passado. O levantamento considera ainda que a logística se mantém como grande diferencial na experiência de compra e o frete vem sendo mais utilizado como estratégia de negócios, registrando um aumento de 49% na oferta de frete grátis. Nas comparações por categorias, as que mais ofereceram esta comodidade: Loja de Departamento (+268,8%), Moda Calçados & Acessórios (+84,8%), Pets (+32,6%), Saúde e Cosméticos (+21,1%).

Centro de Distribuição da Dafiti utiliza Inteligência Artificial para acelerar o processo de separação de pedidos e dinamizar as entregas

Carrefour reformula sua logística para entregar em minutos

Com presença online discreta antes da pandemia, o Carrefour se transformou em um e-commerce multifacetado. Se antes as vendas online eram apenas de eletroeletrônicos, hoje a plataforma virtual oferece uma gama de produtos alimentares, incluindo hortifruti e laticínios. A evolução teve que ser rápida para atender essa nova necessidade. “Evoluímos cinco anos em cinco meses”, conta o diretor de Logística do Carrefour, Marcelo Lopes, sobre a transformação digital e a disponibilização de serviços online e de entrega rápida, que já estavam nos planos do hipermercado, mas não em tão curto prazo.

Para melhorar a experiência do consumidor, houve mudança de estratégia. “Antes existia apenas aquela logística tradicional, na qual as compras saíam de um Centro de Distribuição, normalmente localizado próximo às rodo-

vias. Hoje, essa operação foi descentralizada. Transformamos cada uma das nossas lojas num potencial centro de distribuição para atender o raio de atuação do entorno. Portanto, se alguém comprou um smartphone e está há 7 quilômetros de uma unidade onde este produto consta em estoque, é de lá que ele vai sair para que o cliente receba em casa em minutos", contou Lopes sobre a entrega ultra rápida que também conta com parceiros, como Rappi e Uber Eats. Segundo o executivo, as entregas parceiras cresceram 380% desde o início da pandemia.

"Em termos de logística e transformação digital, com a pandemia, evoluímos cinco anos em cinco meses" - Marcelo Lopes, Carrefour.

Marcelo Lopes, diretor de Logística do Carrefour

Sobre trazer o varejo para o online, mais do que tecnologia, houve cuidado com o pessoal. Lopes conta que os protocolos de saúde foram fundamentais para que as compras de perecíveis fossem seguras e precisas. "Em 15 dias, elaboramos e implantamos 240 ações a fim de oferecer um ambiente altamente seguro para o exercício da nossa operação. Afinal, assim que o cliente escolhe o produto online, há uma demanda operacional. É preciso alguém que vai selecionar a mercadoria, separar, pesar, embalar, colocar em um carro que vai até a casa do cliente para entregar. Tudo isso demanda uma operação forte de manuseio, em que se tem que proteger o colaborador e o cliente".

E para incentivar essa mudança de hábitos, entretenimento e criatividade foram atreladas às vendas. Entre as ações, a parceria com a Cybercook, portal de receitas, no qual o cliente, com um click, poderia garantir todos os ingredientes para cozinhar em casa. "Algumas categorias tiveram crescimento de 500% nas vendas digitais. E não estamos falando de álcool em gel".

Dafiti é case de sucesso mesmo diante da crise do setor da moda na pandemia

Os novos comportamentos relacionados à pandemia também afetaram o setor da moda. Afinal, com a vida social bem restrita, não fazia muito sentido investir em roupas novas. Porém, esse cenário desafiador não intimidou a Dafiti, o maior e-commerce de moda da América Latina. A varejista online teve crescimento expressivo em 2020, acompanhando a alta do comércio

eletrônico. O faturamento foi de R$ 3,4 bilhões, 31% maior que o registrado em 2019. A base de clientes chegou a 7,7 milhões. Tudo isso no mesmo período em que o setor de vestuário e calçados registrou queda de 20%, de acordo com dados do IBGE.

Um dos fatores que impulsionou o crescimento da Dafiti foi o seu marketplace, modalidade em que vários vendedores oferecem produtos na plataforma online. A modalidade representa 32% de todo o negócio do Global Fashion Group, do qual a Dafiti faz parte. "Avançamos neste posicionamento, trazendo melhores soluções tanto para os clientes quanto para as marcas parceiras. Isso nos trouxe um portfólio de marcas ainda mais abrangente e estoques com maior disponibilidade de itens", comentou o diretor de operações da Dafiti, Alexandre Faria.

E para atender essa demanda aumentada, a Dafiti também investiu em logística, criando uma nova área dentro de suas atividades: a Dafiti Log, que está trabalhando fortemente no desenvolvimento de novos serviços para atender as necessidades do consumidor. "Sabemos que prazo de entrega e custo de frete são dois fatores que têm peso relevante na escolha. Por isso, estamos atuando nesta otimização, com foco em uma evolução interna, incluindo centro de distribuição e entrega junto às transportadoras que nos atendem. Por esse motivo, também, investimos em um novo CD, com alto nível de automação. Quanto ao transporte, fizemos uma revisão de nossa malha de distribuição, implantamos um serviço de entregas para "sellers" do marketplace, usando nossa malha de transporte, e iniciamos a implantação de um serviço de entrega com frota própria, que terá papel fundamental no desenvolvimento de serviços diferenciados e mais sustentáveis para nossos clientes de moda."

E por falar em eficiência, há desafios que vieram com a pandemia, mas outros são inerentes ao próprio mercado de moda online. Para saná-los a Dafiti lançou uma nova política de devoluções e trocas. "Antes, eram feitas através de

"Sabemos que prazo de entrega e custo de frete são dois fatores que têm peso relevante na escolha. Por isso, estamos atuando nesta otimização" - Alexandre Faria, Dafiti

Alexandre Faria, diretor de Operações da Dafiti

postagem nos Correios. Com a pandemia, iniciamos o serviço de Coleta em Casa. No começo, atendíamos apenas São Paulo. Hoje conseguimos servir aproximadamente 80% de nossos clientes, algo que será expandido para próximo de 100% nos próximos meses. A adoção de tal serviço tem sido bastante representativa, o que nos mostra o quanto ele contribui para uma melhor proposta de valor oferecida a nossos clientes".

No Carrefour, produtos comprados online são separados e pesados por colaboradores, seguindo todos os protocolos de prevenção ao COVID-19

Arezzo vê crescimento digital de 150% nas vendas online

A Arezzo se viu colocada à prova durante a pandemia. Ao ter cerca de 750 lojas e uma rede de 3 mil lojas multimarcas com funcionamento restrito por conta das medidas de isolamento social, investiu seus esforços no e-commerce para seguir faturando. O pilar de sustentação dessa virada foi a logística. Com isso, viu suas vendas virtuais crescerem 150% em 2020, registrando picos de até 350% em datas comemorativas.

Sensível ao cenário do mercado online, a Arezzo investiu para melhorar o prazo de entrega e custo do frete, fatores determinantes para a compra. Por esta razão, duas modalidades foram criadas: a NEXT DAY DELIVERY (entrega no dia seguinte) e a SAME DAY DELIVERY (entrega no mesmo dia), conforme conta o diretor de logística da Arezzo, Mauro Friedrich: "Realizamos uma rodada de negociações para melhorar os custos de frete com os transportadores e montar estratégias que permitam ao cliente poder eleger com conforto sua modalidade, normalmente dividida em duas categorias: normal ou expresso. Embora nos dois casos a rapidez seja a prioridade do consumidor, a modalidade normal, por apresentar um menor custo, é a preferida do cliente. Mesmo assim é preciso um lead time razoável para que ele fique encantado no momento da compra".

E o encantamento na hora em que o cliente recebe o pacote em casa também depende de outros fatores. Para evitar que o produto não seja exatamente como esperado, a empresa investe em tecnologia e aposta no futuro. "O mercado da moda tem nuances muito específicas quando se trata de modelagem e tamanhos. O futuro pressupõe que análises antropométricas possam ser feitas via sistemas para garantir efetividade nas compras. Hoje, disponibilizamos o maior detalhamento descritivo possível de nossos produtos. No caso do sapato, imagens de excelente qualidade, todos os ângulos, experiência 360° e algumas tabelas de tamanhos são bases que facilitam a compra", disse.

Ainda assim, quando o produto não serve, entra a logística reversa. As devoluções estão presentes em cerca de 10% das compras, grande parte ainda por conta de numeração. "A logística reversa precisa ser bem estruturada e planejada, pois o cliente deve rapidamente ser atendido com um novo produto, crédito ou, ainda, receber a devolução do valor. Estamos desenvolvendo transportadores que fazem este processo no intuito de oferecer cada vez mais agilidade, melhorando a experiência do cliente".

> *"A logística reversa precisa ser bem estruturada e planejada, pois o cliente deve rapidamente ser atendido com um novo produto, crédito ou ainda, receber a devolução do valor"*
> *- Mauro Friedrich, Arezzo*

Mauro Friedrich, diretor de Logística da Arezzo

Atualmente a AREZZO & CO representa seis marcas próprias do grupo e a marca americana Vans. Conta com dois CDs no Rio Grande do Sul e três no Espírito Santo, totalizando cerca de 21 mil metros quadrados de área operacional. "Estamos em um projeto de ampliação para o próximo ano, que visa dobrar nossa capacidade. Todas as nossas operações são próprias e estamos fazendo um squad, dentro de nosso projeto de transformação digital, que terá como objetivo implementar novos processos de intralogística, com modificações em nosso WMS, e analisar as oportunidades de automação. Nesta ação, temos intenção de adotar o DMS, complementando o TMS, no qual conseguiremos ser mais assertivos no acompanhamento das várias fases de lançamentos de uma coleção".

por Painel Logístico

Goiânia recebe Feira de Transporte Intermodal e Logística em 2022

Evento promete ser a maior plataforma de negócios do Centro-Oeste

A Feira de Transporte Intermodal e Logística já tem data e local definidos. O evento, que promete ser a maior plataforma de negócios do Centro-Oeste, será realizado de 11 a 14 de maio de 2022, no Centro de Convenções de Goiânia.

O local foi escolhido para a retomada dos eventos presenciais do setor por sua posição geográ□ca estratégica, afinal ocupa a liderança nacional na produção agrícola e conta com constantes incentivos governamentais para o desenvolvimento da infra-estrutura logística.

"Goiás tornou-se fundamental para a movimentação de cargas que circulam na região em direção a todo canto do País e do Mundo. As principais empresas do setor de transportes, armazenagem e movimentação de cargas buscam o Estado para estruturar suas bases operacionais, com o objetivo de operar a partir da Região Centro-Oeste, principalmente no escoamento da produção agrícola e de alimentação", comentou o produtor de eventos, Feliciano Monte Ramos, um dos organizadores da feira.

O evento será um ambiente especialmente preparado para a realização de negócios, criar oportunidades e apresentar soluções para vários segmentos ligados à logística, incluindo transportes, autopeças, agronegócio, intermodalidade, entre outros. O público visitante encontrará lançamentos, serviços, produtos e as novas tendências do setor para tornar suas empresas mais competitivas. A programação contará ainda com eventos paralelos, como seminários temáticos e o Congresso de Transporte e Logística do Centro Oeste, além de um jantar de encerramento para convidados.

> *"Ficou evidente que o contato pessoal e o aperto de mão são fundamentais para gerar credibilidade e afinidade entre os players do mercado com seu público alvo"*
> *- Feliciano Monte Ramos*

> *"A melhor rede social ainda é o "olho no olho", e as feiras e eventos proporcionam isso de uma forma muito eficiente"*
> *- Deivid Roberto*

Para Feliciano, a retomada presidencial vai reativar os negócios. "Ficou evidente que o contato pessoal é fundamental para gerar credibilidade e afinidade entre os players do mercado com seu público alvo. A retomada das vendas nos níveis de antes da pandemia certamente passará pela retomada das feiras presenciais, já que somente nelas, as empresas podem em uma única ação de marketing conhecer novos prospects, fidelizar os atuais e ainda ajudar a consolidar sua marca produto ou serviço no mercado com relação a sua concorrência", destacou.

Outro organizador do evento, Deivid Roberto, também acredita no potencial da retomada segura dos eventos presenciais, como uma ferramenta para novos negócios. "O retorno para os grandes eventos está bem próximo. Acreditamos que em breve todos serão vacinados, o que traz um pouco de estabilidade para o mercado. Afinal, a melhor rede social ainda é o "olho no olho", e as feiras e eventos proporcionam isso de uma forma muito eficiente. Manteremos os eventos híbridos, mas sem perder a essência e a grandiosidade das feiras tradicionais".

Roberto destaca a importância do setor, especialmente durante a pandemia. "A logística está sendo fundamental, pois garante que outros setores possam continuar a funcionar. Foi uma rápida adaptação, dentro de um cenário repleto de adversidades e desafios, porém que gerou inúmeros avanços, especialmente em tecnologia, principalmente em se tratando das entregas no e-commerce".

A Feira de Transporte Intermodal e Logística tem o apoio das principais Entidades do Centro Oeste. A realização é da QG Soluções em Eventos e da Fenatac – Federação Interestadual das Empresas de Transporte de Cargas.

Ferrovia permitiu aumento superior a 100% no volume de containers movimentados por trens nos últimos seis anos

por Painel Logístico

Rumo inicia comissionamento de operação na Ferrovia Norte-Sul

Inauguração do trecho São Simão (GO)-Estrela D'Oeste (SP) contou com investimentos de R$ 711 milhões. Obra, que começou nos anos 1980, foi retomada e entregue em março deste ano

A Rumo, maior concessionária de ferrovias do País, inaugurou a Ferrovia Norte-Sul (FNS), trecho São Simão (GO)-Estrela D'Oeste (SP). Em cerimônia realizada no Terminal de São Simão, a empresa deu início ao comissionamento de operação desse trecho, que se torna uma realidade após mais de 30 anos do início das obras da ferrovia, em 1987, no governo José Sarney (1985-1990). O terminal é uma sociedade entre a Rumo e a empresa goiana Caramuru Alimentos, que já têm uma sólida parceria no TXXXIX, em Santos (SP).

Na ocasião, o presidente da República, Jair Bolsonaro, presente no evento, afirmou que seu governo vem trabalhando para que a iniciativa

> *É uma realidade hoje a movimentação de produtos que, até muito recentemente, não se poderia imaginar que fossem levados por ferrovia*

privada possa investir no Brasil. "O que a iniciativa faz é melhor, mais rápido e lucrativo", disse Bolsonaro. "O modal ferroviário estava esquecido por décadas. Outras realizações virão com a Rumo e outras empresas. Nosso trabalho é destravar esses processos", completou o presidente.

Ao longo dos pouco mais de dois anos da atual gestão, 41 ativos foram concedidos à iniciativa privada, envolvendo uma soma de R$ 60 bilhões em investimentos. Os valores da outorga foram antecipados pela Rumo (em setembro de 2020, a concessionária pagou R$ 2,3 bilhões antecipados, referência a 59 prestações dessa concessão, além de R$ 2,8 bilhões referentes à Malha Paulista).

O início do comissionamento de operação nesse primeiro trecho da ferrovia será importante para escoar a produção do estado de Goiás, estimada em 13 milhões de toneladas de soja. Esse terminal vai possibilitar que toneladas de grãos cheguem ao Porto de Santos com preço melhor, aumentando competitividade e impulsionando o agronegócio no País.

De acordo com o presidente dos conselhos de administração da Cosan e da Rumo, Rubens Ometto, nos últimos seis anos, a Rumo possibilitou o crescimento de 50% no volume de grãos transportado pelo modal ferroviário. "Avanço ainda maior se deu no volume de contêineres movimentados por trens, que foi superior a 100% desde o início das nossas atividades em 2015. É uma realidade hoje a movimentação de produtos que, até muito recentemente, não se poderia imaginar que fossem levados por ferrovia", disse Ometto.

A ferrovia

Em março de 2019, a Rumo arrematou em leilão os tramos central e sul da Ferrovia Norte-Sul (FNS), ainda com obras para serem finalizadas. O contrato de subconcessão foi assinado em julho daquele mesmo ano, em Anápolis (GO), também com a presença de Bolsonaro. Com duração de

30 anos, o contrato compreende 1.537 quilômetros entre Porto Nacional (TO) e Estrela D'Oeste (SP), que a Rumo denominou Malha Central.

Para começar a torná-la operacional, a Companhia investiu no ano passado R$ 711 milhões em obras de infraestrutura, terminais e material rodante. As obras executadas incluem a construção de quatro pontes entre os estados de Goiás, Minas Gerais e São Paulo; um pátio de ligação em Estrela D´Oeste; e a implantação dos trilhos que restavam para conectar esses três estados.

A Malha Central tem um papel estratégico para a Rumo, pois permite o acesso a novos mercados e aumenta a eficiência do atendimento prestado pela concessionária aos clientes, agregando terminais de transbordo em novas geografias.

A operação

Três terminais foram projetados para atender a região sudoeste de Goiás, o leste de Mato Grosso e o Triângulo Mineiro, localizados nas cidades de São Simão (GO), Rio Verde (GO) e Iturama (MG). O Terminal de São Simão é o primeiro que ficará operacional. Em Rio Verde, a previsão é que a inauguração seja no final deste primeiro semestre; em Iturama (MG), no final do primeiro semestre de 2022. Há ainda um terminal da Brado, que responde pelas operações de contêineres da Companhia, em construção em Davinópolis, região metropolitana de Imperatriz (MA).

Hoje, Goiás é o grande polo gerador de cargas da Malha Central. A Rumo optou por começar sua operação pelo sul do estado, onde ficam as cidades de São Simão e Rio Verde. O estado goiano tem um perfil de "esmagador", produzindo farelo de soja para atender tanto o mercado interno quanto o externo. Em função disso, os terminais operarão com grãos e farelo. Ambos serão "bandeira branca", o que garante o acesso de diversos clientes do setor agrícola.

Em linha com sua política de ESG (Governança Ambiental, Social e Corporativa), a Malha Central contribuirá com a sustentabilidade na matriz de transporte de carga. A partir da previsão de volume a ser transportado em seu primeiro ano de operação, a Norte-Sul será capaz de evitar a emissão de 370 mil toneladas de CO_2 (na comparação com a movimentação das mesmas cargas pelo modal rodoviário).

O primeiro terminal

Compacto, superprodutivo e multiproduto, o Terminal de São Simão é voltado para o transbordo de grãos (soja e milho) e farelo de soja. Trata-se de um terminal "bandeira branca", que atenderá diversos clientes e escoará parte da produção da Caramuru.

Rubens Ometto,
Presidente dos conselhos
de administração da
Cosan e da Rumo

Operação desse trecho se torna uma realidade após mais de 30 anos do início das obras da ferrovia em 1987

A capacidade é de aproximadamente 5,5 milhões de toneladas por ano. São quatro tombadores e seis silos, com 42 mil toneladas de capacidade estática. O terminal conta ainda com uma tulha de carregamento com capacidade para carregar 3 mil toneladas por hora, o que permite carregar um trem com 120 vagões em menos de oito horas.

Durante a construção do terminal foram gerados 290 empregos diretos e mais de 1.000 indiretos. Com o início da operação, serão 90 empregos diretos, além de grande influência na economia regional.

Ferrovia Norte-Sul

Investimento já realizado:	R$ 711 milhões
Trecho São Simão (GO)-Estrela D´Oeste:	172 Km
Prazo do contrato de concessão:	30 anos, não prorrogável

Previsão para os próximos terminais:	Rio Verde (GO): primeiro semestre 2021 Iturama (MG): primeiro semestre de 2022

Por Ronaldo Fernandes da Silva, presidente da FM Logistic do Brasil

Credibilidade do e-commerce se dá com logística eficaz

Com o avanço cada vez maior da tecnologia e da inovação, é impossível falar de e-commerce sem associá-lo a uma operação logística factível. E isso tem que estar, obrigatoriamente, nos holofotes das grandes empresas.

Ronaldo Fernandes da Silva, presidente da FM Logistic do Brasil

Nos últimos anos, o setor de logística, com destaque para os operadores logísticos, tem se transformado para acompanhar o dinamismo do e-commerce e as constantes mudanças, principalmente, no que diz respeito às soluções tecnológicas e inovadoras. Isso tudo para atender ao novo tipo de consumidor, revendo os modelos de distribuição e da malha logística. Esse cenário se intensificou ainda mais e passou por uma rápida transformação digital reflexo da COVID-19, que acelerou negócios e fez com que empresas até então majoritariamente atuantes no B2B mudassem a estratégia comercial e se aproximassem rapidamente dos consumidores, passando a atuar no setor B2C.

Empresas do segmento logístico têm se preparado cada vez mais desenvolvendo soluções multicanais que envolvem a preparação para o varejo e o comércio eletrônico, controle e qualidade dos produtos, embalagem, personalização de pedidos, soluções de transporte, bem como a gestão de devoluções.

Muitas vezes, as companhias encontram desafios para administrar suas cadeias logísticas e acompanhar o crescimento do e-commerce. Os principais problemas verificados nesse aspecto envolvem canais de distribuição e tempo de resposta dos pro-

cessos. A sazonalidade é um desafio muito grande. Para driblar essa questão, os operadores logísticos desenvolvem operações multiclientes, conseguindo assim absorver muito mais variações do que um centro de distribuição dedicado, disponibilizando informação em tempo real e visibilidade total dos processos.

O desenvolvimento de plataformas híbridas para atender o comércio eletrônico tanto no B2B como no B2C é uma das inúmeras soluções desenvolvidas por empresas que atuam com armazenagem e supply chain. Ao fazer decisões de compras online, os consumidores consideram as condições de entrega e devolução dos pedidos, ainda mais agora, com o aumento enorme do comércio virtual. Eles querem receber com cada vez mais velocidade e agilidade. Sendo assim, a logística eficiente ajuda a criar a lealdade dos compradores. Inversamente, atrasos ou erros logísticos podem prejudicar consideravelmente a reputação de um revendedor ou fabricante.

A automação e a transformação digital são fatores primordiais para as empresas que atuam no segmento de logística. Os operadores têm buscado de forma incessante mais tecnologia e modernização para aumentar a produtividade. O avanço da digitalização das atividades e dos processos, investimentos na robotização e no gerenciamento da distribuição são primordiais para acompanhar o crescimento desse mercado.

Diante do novo comportamento de compra do consumidor, é inegável que o e-commerce veio para ficar. Todos os elos da cadeia logística precisam estar atentos em oferecer serviços cada vez mais customizados e estruturados para atender às necessidades desse segmento tão importante da economia.

por Painel Logístico

De cara nova, ABOL busca reconhecimento do Operador Logístico

A Associação está se reestruturando e tem como um de seus focos principais a aprovação do Projeto de Lei 3757/2020

A Associação Brasileira de Operadores Logísticos (ABOL) está de "cara nova", acompanhando as tendências do mercado e buscando modernizar a sua estrutura. O primeiro passo dessa segunda fase, após oito anos da sua fundação, foi a contratação de Marcella Cunha para assumir a diretoria executiva da instituição. A brasiliense chegou há cerca de três meses com prioridades definidas e pronta para estreitar a relação com as 29 associadas.

Apesar dos desafios gerados pela pandemia do coronavírus, a executiva apropria-se do cargo em um momento favorável aos operadores, já que a crise sanitária evidenciou a essencialidade dos profissionais responsáveis pelo transporte e armazenagem de produtos. O próprio crescimento do e-commerce, assim como estatísticas apontando o incremento no setor de serviços, corroboram com a relevância dos OLs, que estão intimamente ligados a essas atividades. Apenas no primeiro trimestre deste ano, as vendas online aumentaram 57% em comparação ao mesmo período de 2020.

O cenário está alinhado a uma das principais expectativas de Marcella: aumentar a conscientização da sociedade sobre a importância do Operador Logístico (OL) para o desenvolvimento econômico brasileiro. Para isso, os esforços têm sido direcionados à aprovação do Projeto de Lei 3757/2020, que tramita da Câmara dos Deputados Federais, cuja proposta é regulamentar a atividade do OL, garantindo que não reste dúvidas sobre o que é e o que faz esse tipo de prestador de serviços.

O texto do projeto foi apresentado em 13 de julho do ano passado e está em fase de tramitação na Comissão de Viação e Transportes (CVT) da Câmara dos Deputados. Marcella observa o PL como fundamental para que o operador tenha o seu devido reconhecimento no Brasil.

"Desde o início da pandemia da Covid-19, os Operadores Logísticos não pararam. Todas as empresas precisaram rapidamente se adequar à nova realidade, que passou a demandar muito mais itens básicos e de saúde em detrimento de produtos do setor automobilístico, por exemplo. No entanto, apesar dos dados evidentes, ainda falta conhecimento sobre a importância dos OLs, sendo necessária uma legislação clara sobre o seu trabalho", destacou a nova diretora, que também atuou por quase dois anos nos setores de tecnologia e mobilidade urbana ao passar pela Uber e que atuou por seis anos no setor ferroviário de carga.

> *Pretendo tornar a atividade de Operador Logístico mais palatável à sociedade fazendo-os entender, por exemplo, que durante a pandemia muitos puderam manter o isolamento social pois, de alguma forma, estavam sendo abastecidos por esses profissionais*

Desde o seu ingresso na ABOL, Marcella tem acompanhado de perto os debates sobre o PL, buscando uma aprovação com todo o cuidado e apoio da sociedade e dos parlamentares. Ao ser aceito, o projeto também vai garantir o crescimento continuado e a modernização do segmento, além de trazer maior segurança jurídica e desburocratização, pois propõe a atualização da centenária Lei de Armazenagem e a harmonização das exigências normativas existentes, que hoje variam dependendo do estado e município onde as empresas operam.

Além do PL, a outra grande prioridade da nova gestão é ampliar as formas e os canais de comunicação da Associação com o público em geral, dando à ela a "cara" dos OLs e dos profissionais de logística, que estão por trás de cada atividade de transporte, armazenagem e gestão de estoques no país. O cumprimento dessa missão passa, por exemplo, pela aproximação com alguns players fundamentais para o crescimento do setor, como as entidades que representam o varejo, o e-commerce e o agronegócio.

Isso sem contar o estreitamento da relação com embarcadores e poder público, mostrando as peculiaridades dos operadores, muitas vezes

Marcella Cunha, Diretora Executiva da Associação Brasileira de Operadores Logísticos (ABOL)

> *As empresas reagiram à altura do desafio de lidar com uma crise sanitária e com um alto número de funcionários que tiveram que seguir trabalhando em campo, sem que isso comprometesse a segurança das pessoas ou as operações*

inseridos em contextos diferentes do mercado de logística. A utilização dos canais de comunicação para disseminar o papel dos OLs faz parte da estratégia da diretora, que já começou a reestruturar as mídias sociais da ABOL.

"Pretendo tornar a atividade mais palatável à sociedade fazendo-os entender, por exemplo, que durante a pandemia muitos puderam manter o isolamento social pois, de alguma forma, estavam sendo abastecidos por esses profissionais. É fundamental que sejam reconhecidos como essenciais e isso somente será possível quando a função dos OLs for exposta de forma correta e efetiva, por meio de uma comunicação estreita e eficaz", afirmou.

Com ética, respeito e transparência, Marcella tem inserido a Associação em diferentes debates envolvendo os OLs. O debate em torno da Reforma Tributária e desburocratização no país do dia 29 de junho, durante o ABOL Day, com a participação de especialistas, deixou clara a preocupação da executiva em levar informação e oferecer interação com as empresas ligadas à entidade. Outras ações também ratificam a dedicação para que os operadores sintam-se devidamente representados.

No início do mês, por exemplo, em ofício enviado ao Ministério da Saúde, foi solicitada a inclusão da categoria no Plano Nacional de Imunização (PNI), uma vez que os profissionais seguem como linha de frente na pandemia. "As empresas reagiram à altura do desafio de lidar com uma crise sanitária e com um alto número de funcionários que tiveram que seguir trabalhando em campo, sem que isso comprometesse a segurança das pessoas ou as operações. Vale ressaltar que não houve demissões em massa do setor e muitas empresas passaram a contratar desde o início da pandemia para atender a demanda elevada".

Marcella pretende tornar a atividade dos OLs mais palatável à sociedade, trazendo reconhecimento ao papel fundamental exercido pelos profssionais durante a pandemia

Mulheres na liderança

Em um momento no qual as mulheres têm cada vez mais ganhado um papel de destaque no mercado de trabalho, a presença de Marcella Cunha à frente da ABOL também mostra o novo caminho seguido pela Associação. "Estou entusiasmada com o desafio de representar um setor onde há um número cada vez maior de mulheres em posições de liderança e animada para conhecê-las pessoalmente em momento oportuno", destacou a executiva.

Em uma discussão mais ampla, Marcella acredita que as mulheres têm um papel moral fundamental, pelo menos no seu ambiente de trabalho, na melhoria de estruturas organizacionais para que valorizem a diversidade de gênero, raça ou sexualidade, assim como na mudança de critérios, algumas vezes enviesados ou veladamente discriminatórios, utilizados nos processos de contratação e promoção de profissionais.

Segundo um estudo realizado no ano passado pelo IBGE, cargos com liderança feminina nas empresas correspondem a 39,1%. "Trata-se de um avanço quando olhamos para o passado recente, mas ainda há espaço a ser ocupado. Nesse sentido, não acho que defender igualdade no que se refere às condições de estudo, trabalho e ascensão a cargos de liderança entre homens, mulheres, transgêneros deve ser visto como um "diferencial". Para mim, trata-se de um dever moral - de uma obviedade a ser estabelecida".

A executiva também acha importante frisar, em especial nos setores ainda majoritariamente ocupados por homens, que as profissionais mulheres não devem ser cobradas a trazer "algo a mais" à empresa ou entidade em que ingressarem exclusivamente por conta do seu gênero. "Muitas vezes é exposta uma correlação entre ser mulher e, consequentemente, ser "obrigada" a trazer resultados inesperados e muito além do almejado pelos seus superiores e colegas de trabalho, quase que como uma forma de justificar a sua chegada ou permanência naquela posição. Desigualdade entre gêneros, puramente, não deve servir de motivação para alcance ou superação de metas. Não se trata de uma 'corrida maluca'".

por Painel Logístico

Canal LogBrands é vitrine para negócios e novidades do mercado

Plataforma estará disponível no Youtube a partir de julho e contará com entrevistas de especialistas e cobertura de eventos do setor

Estreia conta com a participação de profissionais destaque no setor de logística

LogBrands é o mais novo canal de comunicação sobre negócios e logística. Com lançamento previsto para julho, a plataforma, 100% digital, trará conteúdos relevantes, que serão disponibilizados no Youtube, site com audiência de mais de 2 milhões de usuários simultâneos conectados no mundo inteiro.

Entrevistas com os principais nomes do mercado, cases de sucesso e a cobertura de eventos do setor estarão na programação da LogBrands. A iniciativa é dos

> *Um Hub de diversos especialistas e empresas utilizando sua expertise para entregar valor aos clientes - Eurico Cesário*

sócios Deivid Roberto e Eurico Cesário, ambos com grande experiência em eventos e no setor logístico.

Para o lançamento, já estão confirmadas as participações dos especialistas em logística mais inovadores do mercado: Mauro Friedrich (Arezzo&Co), Nestor Felpi (Natura), Marcelo Lopes (Carrefour) e Alexandre Gerardo (Acer). Eles irão debater a importância da logística na estratégia das empresas e na economia mundial, bem como suas decisões de sucesso à frente dessas corporações.

Além do canal no Youtube, fazem parte do ecossistema LogBrands Representações, a Revista Painel Logístico, o Workshop Logística, Empreendedorismo e Negócios e o Podcast Logística e Negócios.

Cesário destaca a plataforma como "um Hub de diversos especialistas e empresas utilizando sua expertise para entregar valor aos clientes, possibilitando a cada empresa atuar com sua especialidade, utilizando a força do Hub para garantir a melhor experiência na prestação de serviço ao cliente B2B ou B2C".

> *Podemos esperar um canal dinâmico, com muito conteúdo, entrevistas muito interessantes e a oportunidade de expor sua marca, produtos e serviços, em um meio de comunicação que já chega causando um impacto muito positivo*
> *- Deivid Roberto*

Já Roberto acredita no associativismo, por meio da união das marcas em busca do crescimento mútuo. "Ao somar forças e conhecimentos, a Logbrands é capaz de atender empreendimentos em diversos nichos e mercados. Por isso, podemos esperar um canal dinâmico, com muito conteúdo, entrevistas muito interessantes e a oportunidade de expor sua marca, produtos e serviços, em um meio de comunicação que já chega causando um impacto muito positivo, atingindo uma projeção imensa, devido à parceria com mídias importantes no mercado".

Além deste lançamento, Roberto destaca outro evento futuro, que promete agitar o setor: a VI edição do Painel Logístico - Senai Morvan Figueiredo, que nasce sendo considerado o "Prêmio da Industria". O lançamento ocorre em novembro.

por Painel Logístico

Mulheres assumem posições na linha de frente da Logística

Setor predominantemente masculino tem se rendido ao talento e eficiência das mulheres, que no mercado geral já ocupam 37% do cargos de liderança

A logística ainda é considerada um setor predominantemente masculino. Porém, assim como em outros mercados, as mulheres estão conquistando seu espaço e em importantes posições, trazendo relevantes contribuições com habilidades estratégicas, tecnológicas e as soft skills, consideradas essenciais na fase atual.

Em todo o País, o número de mulheres em cargos de liderança cresceu 20%, em 2020. O levantamento divulgado pela Page Executive, aponta ainda que a porcentagem de mulheres em relação aos homens passou de 30% em 2019, para 37% no ano passado.

Luciana Lacerda é diretora de operações na FM Logistic

Apesar de não fazer parte do setor onde marcam maior presença, na Logística as mulheres já ocupam cargos de liderança. Na FM Logistic, um dos principais operadores de logística e supply chain do mundo, Luciana Lacerda é a primeira mulher a ocupar o cargo de diretora de

Luciana Lacerda, diretora de operações na FM Logistic

operações no Brasil. Aos 40 anos, sendo 22 deles na área, a executiva tem uma carreira construída com base no desenvolvimento de soluções e implementação de grandes projetos.

Luciana é responsável pela manutenção da excelência operacional junto aos clientes, garantindo um relacionamento duradouro e estável. A conquista do novo cargo ocorreu recentemente e agora, com quase 500 colaboradores sob sua responsabilidade e uma área total de 80 mil metros quadrados de armazenagem para administrar, a profissional espera reforçar ainda mais a excelência da empresa com clientes e principais parceiros, com foco no crescimento dos negócios, diversificação do portfólio de serviços oferecidos e conquista de novos contratos.

"Vejo esse desafio como uma forma de inspiração para outras mulheres, dando a elas a confiança necessária para entenderem que podemos executar qualquer atividade, desde que verdadeiramente coloquemos foco em nossos objetivos", ressalta.

Ana Maia lidera a estratégia de implantação e crescimento na Total Express

A Coordenadora de Produtos e Pricing da Total Express, Ana Maia, é parte das 35,98% mulheres que ocupam cargos na companhia. Ela lidera a estratégia de implantação e crescimento dos produtos Fulfillment e Repost, coordenando o Go-to-market, que é o plano de expansão e de trabalho de cada produto. Altamente capacitada para as necessidades do mercado atual, detém um MBA em Logística para E-commerce, que cursou em Vancouver, no Canadá.

"Temos muita liberdade para estruturarmos

> *"Vejo esse desafio como uma forma de inspiração para outras mulheres, dando a elas a confiança necessária para entenderem que podemos executar qualquer atividade desde que verdadeiramente coloquemos foco em nossos objetivos*
> *- Luciana Lacerda"*

estratégias, apresentarmos projetos e tocarmos diversas frentes, de maneira igualitária. Ganhamos espaço e voz estratégica. Aqui, mulheres planejam tão bem quanto homens. Eu acredito que o mercado tem um longo caminho pela frente em relação a isso, mas posso ver que as coisas estão mudando e fico muito feliz em participar dessa mudança", comentou.

Ana Maia, coordenadora de produtos e pricing na Total Express

> *"Resistência sempre houve, mas as lideranças femininas estão cada vez mais presentes, não somente na área de logística, como em outras áreas que anteriormente eram dominadas por homens*
> *- Adriana Firmo"*

Antes da Total Express, Ana tocou o plano de expansão de uma empresa, colocando cinco Centros de Distribuição no Brasil (Norte e Nordeste). "Neste projeto, atuei com esforços e estudos desde a pesquisa de galpões, localizações estratégicas, busca de insumos, mão-de-obra e treinamentos de equipe. Foi um projeto extremamente amplo que me trouxe muitos insights,que agregaram muitos outros aprendizados na minha trajetória profissional".

Adriana Firmo é vice-presidente de Vendas e Pós Vendas do Grupo Kion

Adriana Firmo é vice-presidente de Vendas e Pós Vendas Brasil Linde STILL Brasil do Grupo KION. Na empresa desde 1998, Adriana foi responsável pela integração das duas marcas do grupo, Linde e STILL, envolvendo a formação de uma nova rede de vendas e serviços autorizados nacionalmente.

Graduada em Engenharia Mecânica, iniciou a carreira na área de Óleo e Gás. A paixão pela logística chegou quando defendeu sua tese de mestrado em Engenharia de Produção. "Foi quando entrei para a empresa onde trabalho até hoje e desde o ano passado ocupo a função de vice-presidente".

Para ela, o espaço das mulheres no setor vem crescendo. "A área de logística e movimentação de materiais vem contando cada vez mais com a participação de lideranças femininas e as oportunidades vêm aumentando para as profissionais que se dedicam à uma formação sólida e diferenciada".

Adriana conta que o caminho não é fácil, porém é gratificante. "Desde que optei pela graduação em Engenharia Mecânica, numa turma com apenas 3 mulheres, já sabia que o caminho não seria fácil. Resistência sempre houve, mas as lideranças femininas estão cada vez mais presentes, não somente na área de logística, como em outras áreas que anteriormente eram dominadas por homens, mostrando que lugar de mulher é realmente onde ela quiser".

Adriana Firmo, vice-presidente de Vendas e Pós Vendas do Grupo Kion

Unidade erguida em homenagem aos 10 anos da empresa é resultado de um investimento de R$320 milhões

por Painel Logístico

Com novo centro de distribuição, Dafiti garante a maior automação de e-commerce de moda do Brasil

Unidade conta com Inteligência Artificial capaz de separar 5 mil produtos por hora. Tecnologia garante redução no tempo de processamento de pedidos, de 24 para duas horas

Tecnologia e inovação fazem pulsar o maior centro de distribuição do setor de e-commerce de moda da América Latina. Dotado da melhor solução de automação (AutoStore) do mundo, o CD da Dafiti, estrategicamente localizado em Extrema (MG), recebeu o nome de "Leap – Um salto para o futuro", justamente por conta de todos esses avanços.

Inaugurada em fevereiro deste ano, em comemoração aos 10 anos da empresa, a unidade é resultado de um investimento de R$ 320 milhões. Ocupa uma área construída de 54 mil m², em um terreno de aproximadamente 250 mil m².

O centro abriga um sistema de automação controlado por Inteligência Artificial que tem capacidade para a separação de 5 mil produtos por hora, o que reduz para duas horas o processo, que costumava levar 24 horas. Para garantir essa eficiência, 300 robôs e mil colaboradores trabalham lado a lado.

Como resultado, uma base sólida para o crescimento do negócio, que, com um diferencial logístico, vê a melhora no trabalho, com serviços mais eficientes para parceiros e uma experiência ainda mais satisfatória para os clientes. "O cliente quer mais velocidade e assertividade nas entregas", afirmou o presidente-executivo e cofundador da Dafiti, Philipp Povel.

Dez anos de Dafiti na América Latina

Criada em 2011, a Dafiti se apresenta como o maior grupo de comércio eletrônico de moda da América Latina, com cerca de 7,7 milhões de clientes servidos a partir de unidades também na Argentina, no Chile e na Colômbia.

A companhia é controlada pelo Global Fashion Group, holding com participações em sites de moda em países emergentes e listada na bolsa de Frankfurt.

> *"Queremos nos tornar o ponto de partida da moda na América Latina, alavancando nossa plataforma e promovendo uma experiência inspiradora para nossos clientes e parceiros"*

"Os dez anos são um marco para a história de uma empresa; para nós, é momento de focar ainda mais em nossos diferenciais e acelerarmos nosso impacto positivo no ecossistema. Queremos nos tornar o ponto de partida da moda na América Latina, alavancando nossa plataforma e promovendo uma experiência inspiradora para nossos clientes e parceiros", ressalta Povel.

De acordo com ele, a ideia é também, cada vez mais, apoiar parceiros com dados e soluções logísticas e operacionais. "Tanto o Brasil quanto os demais países em que atuamos na região ainda possuem um amplo potencial de crescimento para o varejo online de moda, e o cenário é favorável para alçar o desenvolvimento do setor a um novo patamar. O Leap é chave para esse movimento e para fortalecer a aceleração que o grupo vem apresentando nos últimos anos", afirma.

"O cliente quer mais velocidade e assertividade nas entregas"

A empresa atua com diversas categorias de moda, como roupas e calçados para mulheres, homens e crianças. Também tem aumentado a participação de itens esportivos, de beleza e de casa e decoração. E, assim como outras empresas de comércio eletrônico, tem investido em marketplace.

Philipp Povel, presidente-executivo e cofundador da Dafiti

Por Felipe Criniti, da Box Delivery, empresa especializada em soluções tecnológicas para serviços de logística

Powerful women: Mulheres no Delivery

"É admirável ver que as mulheres estão cada vez mais ocupando cargos e setores antes dominados por homens, vencendo os desafios e encarando as adversidades."

Felipe Criniti, Box Delivery

Estamos cada vez mais envolvidos com a facilidade de pedir serviços de delivery, em especial food service. Com o aumento das demandas, uma coisa fica perceptível: este é um setor predominantemente masculino.

O cenário está mudando. Possivelmente em decorrência do aumento do desemprego, as mulheres saíram às ruas e aceleraram no mundo das entregas. De acordo com o Sindicato dos Motoboys de São Paulo, em 2019, as mulheres representavam 1% dos trabalhadores de entrega (em torno de 220 mil mulheres). Em 2020, o percentual triplicou e saltou para 305 mil, o que equivale a 3% do sexo feminino. Ainda é uma representatividade baixa, mas a questão maior é a movimentação do mercado.

Visualmente, é possível notar a presença mais forte das mulheres na entrega, seja de moto ou bicicleta. É uma alternativa para driblar a crise e se manter na ativa. Mas não é apenas nas ruas que a presença feminina é notável. Nas operações e na logística, existe um time feminino significativo lidando tanto com estabelecimentos quanto com entregadores e entregadoras nos "bastidores".

É admirável ver que as mulheres estão cada vez mais ocupando cargos e setores antes dominados por homens, vencendo os desafios e encarando as adversidades. A sociedade ainda é muito machista, mas observa-se cada vez mais as mulheres ganhando voz e se encorajando para entrar nesses meios. E, quanto mais mulheres em determinado ambiente, mais incentivo a outras se cria.

A diversidade e inclusão são caminhos para um mundo mais igualitário entre todos os gêneros.

100% DIGITAL
100% SUSTENTÁVEL

PAINEL LOGÍSTICO

INCLUA A REVISTA PAINEL LOGÍSTICO

em seu plano de mídia

DIVULGAÇÃO

Divulgação de Cases, Artigos, Matérias

ENTREVISTA

Entrevista com sua empresa no Portal e Revista Painel Logistico

12 VEICULAÇÕES

12 Veiculações de Anúncio na Revista Painel Logistico de Janeiro/16 a Dezembro/16

BONIFICAÇÃO

Bonificado com Banner 336x90plxs, no Portal Painel Logistico de Janeiro/16 a Fevereiro /17

PRODUTOS

Divulgação de seus lançamentos de Produtos e Serviços

BONIFICADO

com 2 inserções no formato escolhido, nas edições de Janeiro / 16 e Fevereiro / 16

REDES SOCIAIS

Destaque nas redes: Google+ Twitter / Facebook / Linkedin

EVENTOS

Divulgação de sua empresa em eventos que estivermos participando

CONTATO

Peça uma Proposta para nosso Comercial e deixe sua marca no maior Painel de Negócios Logísticos do Mercado.

11 2267.0449 / 11 97318.0822
comercial@painellogistico.com.br