



LOGÍSTICA NO SETOR TÊXTIL E DE VESTUÁRIO

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA LOGÍSTICA

Participe do *mais importante evento virtual de **logística** do Brasil!*

Já pensou em reunir em um mesmo espaço os melhores produtos e serviços do mercado logístico, os principais executivos da área e conteúdo atual e relevante?

É isso que propõe a **Expo Logweb W6connect** – Feira e Congresso Virtual de Logística, que acontece de **21 a 23 de setembro de 2021**, em uma **plataforma digital** completa que oferece um excelente espaço para negócios e networking.

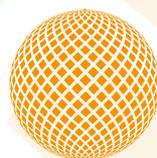
Não perca essa oportunidade!
Você pode participar como expositor, patrocinador, palestrante, congressista ou visitante.
Os benefícios são inúmeros!

A FEIRA

A feira virtual é o **espaço perfeito para conhecer e avaliar produtos e serviços** das principais empresas do mercado logístico. **Simple de usar**, a plataforma **permite o agendamento de reuniões** com os expositores e favorece

as negociações, sem perda de tempo.

Estarão presentes expositores ligados a transporte, intralogística, armazenagem, equipamentos, tecnologia, condomínios logísticos, entre outros.



EXPO

Logweb W6connect

Público-alvo

VPs, diretores e gerentes de: Logística, Supply Chain, Transporte, Distribuição, Operações, Planejamento, Suprimentos, Compras, Sourcing, Vendas, Planejamento de Operações, entre outros, dos mais variados setores.

Palestrantes Confirmados

Heads e Diretores de Logística e Supply Chain da: EMS, SKF, Track & Field, Kemira, Pierre Fabre, Bayer, LSG Group, Schindler Group, Grand Cru, Promofarma e MSD Brasil.

Valor

A visitação à Feira é gratuita, mediante registro. Para o Congresso, aproveite o valor promocional, é por tempo limitado!



CONTATO

REALIZAÇÃO

11 **4087.3188**
11 **94382.7545**

www.feiravirtualdelogistica.com.br



ILOG – INSTITUTO LOGWEB
DE LOGÍSTICA E SUPPLY CHAIN



W6connect

W6CONNECT
EVENTS

Log. Setorial

- 16 Dafiti Group inaugura em Extrema, MG, maior CD automatizado da área da moda na América Latina
- 20 Logística do setor têxtil e de vestuário traduz mudança de comportamento do consumo
- 26 Logística têxtil: Embarcadores se adaptam e investem para atender as mudanças vindas com a pandemia

Tecnologia

- 28 O papel e a importância da Inteligência Artificial na logística em tempos de pandemia

- 6 Logística Setorial
Produtos Veterinários: Pecuária e pet são os segmentos mais abrangidos e exigem cuidados especiais
- 10 Veículos
Acelerador Inteligente da Scania aumenta economia de combustível da Nova Geração de caminhões
- 11 Novidade
Postal BR nasce com a proposta de ser referência no segmento de entregas
- 12 Intralogística
Testes com as finalistas do prêmio IFOY contam com AGVs de diferentes fornecedores conectados
- 14 Especial
Incremento do e-commerce de uma forma geral impulsiona o uso dos galpões lonados em meio à pandemia
- 34 Coluna SETCESP
As alterações no código de trânsito brasileiro e o TRC
- 36 Fique por dentro

Agenda

Consulte no portal www.logweb.com.br a agenda com informações sobre feiras, fóruns, seminários, cursos e palestras nas áreas de logística, Supply Chain, embalagem, movimentação, armazenagem, automação e comércio exterior.

www.logweb.com.br

O foco agora é na logística têxtil e de vestuário

A segunda edição de *Logweb* de 2021 destaca a logística no segmento têxtil e de vestuário. A começar pela matéria sobre a inauguração do maior Centro de Distribuição do setor de e-commerce de moda na América Latina pelo Dafiti Group, líder online de moda e lifestyle.

A matéria, exclusiva, destaca as características do novo empreendimento – como a solução tecnológica AutoStore, um sistema integrado de armazenamento habilitado pela Bastian Solutions –, bem como detalha todo o processo de sua construção. É um exemplo de como elaborar um CD moderno e que atende às necessidades atuais do setor.

Na sequência, temos a matéria com os Operadores Logísticos e as transportadoras. A abordagem inclui as perspectivas/tendências para a logística têxtil e de vestuário em 2021, as novidades em termos de logística, operações e novos equipamentos, as novas exigências que estão sendo feitas pelos embarcadores aos OLS e às transportadoras, as mudanças em função da pandemia e os impactos do e-commerce.

Finalizando este assunto, temos a participação de dois embarcadores do segmento têxtil e de vestuário, que explicam como é feita a logística nas suas empresas e os desafios enfrentados.

Também em se tratando de logística setorial, outro destaque desta edição fica por conta do segmento de

produtos veterinários. Nesta matéria, são discutidos os reflexos na logística praticada por OLS e transportadoras trazidos pelo crescimento dos setores de pecuária e pet, as características do segmento, as perspectivas para 2021 e a terceirização logística na área. Também aqui um embarcador fala sobre a logística na sua empresa, destacando o seu dia a dia.

Ainda nesta edição, destaque para a matéria especial sobre o papel da Inteligência Artificial na logística em tempos de pandemia. Representantes de diversas empresas – desde fornecedores de produtos e serviços com esta tecnologia até usuários da mesma – abordam o seu papel, que já vinha se destacando, no cotidiano diferenciado que estamos vivendo em função do novo coronavírus. Assunto tão importante que vai ter continuidade em nossas próximas edições.

Em outra matéria especial, destacamos os galpões lonados, cujo uso foi incrementado pelo crescimento do e-commerce. Além do papel deste segmento no setor de galpões lonados, aqui é analisado o desempenho no ano passado, as perspectivas para este ano, as mudanças trazidas pela pandemia e as novidades.

E muitas outras matérias, também importantes para a atualização de nossos leitores, integram esta edição da revista, que é referência em logística no Brasil. Aproveite.

Os editores



ISSN 2317-2258

Edição nº 214 | Fevereiro 2021

Publicação, especializada em logística, da Logweb Editora Ltda.
Parte integrante do portal
www.logweb.com.br

Redação, Publicidade, Circulação e Administração
Rua Engenheiro Roberto Mange, 353
13208-200 - Anhangabaú - Jundiá - SP
Fone: 11 4087.3188

Diretor de Redação
Wanderley Gonelli Gonçalves
Cel.: 11 94390.5640
(MTB/SP 12068)
jornalismo@logweb.com.br

Redação
Carol Gonçalves (MTB/SP 59413)
redacao2@logweb.com.br

Diretora Executiva

Valéria Lima de Azevedo Nammur
valeria.lima@logweb.com.br

Diretor de Marketing

José Luiz Nammur
jlammur@logweb.com.br

Diretor Administrativo-Financeiro

Luís Cláudio R. Ferreira
luis.claudio@logweb.com.br

Administração

Wellington Christian Borsarini
admin@logweb.com.br

Caroline Fonseca (Auxiliar Administrativa)
admin2@logweb.com.br

Diretora Comercial

Maria Zimmermann Garcia
Cel.: 11 99618.0107 e 94382.7545
maria.garcia@grupologweb.com.br

Gerência de Negócios

Nivaldo Manzano - Cel.: 11 99701.2077
nivaldo@logweb.com.br

José Oliveira - Cel.: 11 96675-4607
oliveira@logweb.com.br

Assistente Comercial

Camila Meloni
comercial.2@logweb.com.br

Diagramação

Alexandre Gomes

Produtos Veterinários: Pecuária e pet são os segmentos mais abrangidos e exigem cuidados especiais

Afinal, 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.

Quando se fala em logística no segmento de produtos veterinários, dois segmentos de mercado são cruciais: o de pecuária e o de pets. Como ambos estão em crescimento, mesmo considerando a crise pela qual passamos, há de se supor que a logística também esteja bastante requisitada e atuante.

Primeiramente, no caso do segmento pecuário, Anderson Perez, gerente Comercial Nacional da Alfa Transportes, ressalta que esse crescimento inclusive teve um grande impacto positivo para a sua empresa, tendo em vista que por dois anos consecutivos seus embarcadores a elegeram com a segunda colocação no Top do Transporte – premiação promovida pelas revista *Logweb* e *Frota&Cia*. – nesse segmento, “onde estamos sempre engajados em uma busca constante na melhoria dos processos e atendimento”.

Ainda no segmento pecuário, Perez lembra que todo crescimento exige uma operação ágil e programada de forma que não ocorram gargalos nos transbordos de cargas. “Seguimos sempre um planejamento rigoroso de forma a atender toda a demanda de crescimento, mesmo durante esse crescimento estávamos aptos para atender o projetado para o futuro.”

Flávia Batista Magalhães, supervisora Comercial – SAO da Atual



Flávia, da Atual Cargas: Manter a rastreabilidade do material, garantindo as condições mínimas de temperatura em todas as etapas, em um país como o Brasil, compõe risco extremo ao processo

Cargas, também aponta o crescimento do segmento pecuário, destacando que se trata de um mercado exigente e que cresce cada vez mais. “É primordial a análise do mercado em que o cliente atua e, em especial, atentar para 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.”

Ainda de acordo com Flávia, a logística veterinária movimenta ma-

teriais 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.

Por sua vez, Valeria Colavite, da Transportadora Risso, lembra que com o aumento no fluxo de venda pela internet e o distanciamento social, o segmento fracionou a venda, aumentando a distribuição fracionada rodoviária.

Isto exigiu adequação para a distribuição dos produtos junto às demais cargas fracionadas (químicos/fármaco/alimento). “As adaptações ocorreram na separação do material e no embarque com as devidas exigências.”

E o pet?

E como está se portando a logística veterinária no segmento pet? Sim, também houve um crescimento no setor, ressalta Perez, da Alfa Transportes, e ele acredita que todo trabalho realizado com foco em resultados sempre irá gerar crescimento. “Objetivando esse crescimento, nossa logística está sempre um passo à frente na busca de um melhor desempenho.”

Quando fala sobre as novas exigências neste setor, o gerente Comercial Nacional da Alfa Transportes ressalta que elas envolvem uma plataforma de atendimento e canais de comunicação diretos com o cliente, onde toda a qualidade da informação seja assertiva. “O rastreamento também é um ponto muito importante para que nosso cliente obtenha a informação de sua mercadoria e consiga acompanhá-la.”

Também com foco na logística de produtos veterinários voltada para o ambiente pet, Flávia, da Atual Cargas, falando sobre o crescimento, ressalta que, no curto prazo, enxergam uma melhoria nos processos logísticos devido à entrada de novos players no mercado, com sistemas inovadores e novas estratégias de distribuição. “A grande aposta do setor 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.”

E Valeria, da Transportadora Risso, aponta um crescimento expressivo no segmento e elenca que, na prestação de serviços oferecidos pela empresa, não se tornaram necessárias mudanças para atender a este crescimento, pois o transporte fracionado apresenta segmentação. “Sendo assim, efetuamos a divisão dos produtos conforme orientação (fármaco, químicos e outros).”

Quanto às novas exigências, Valeria opina que são para atendimento em prazo menor e custo menor, com quantidade fracionada partindo de 5 kg.

Características

Final, quais as características da logística no segmento de produtos veterinários? Quais os seus diferenciais em relação à de outros segmentos?

Perez, da Alfa Transportes, destaca ter uma estrutura adequada e em vigor com a regulamentação necessária são alguns diferenciais em relação a outros segmentos – e também contar com uma operação que a cada dia está mais preparada para o manuseio dessas cargas. Valeria, da Transportadora Risso, completa dizendo que os diferenciais estão na segmentação para distribuição do produto.

“O cenário da logística veterinária no País é o mesmo de todos os processos logísticos: falta de infraestrutura de distribuição (portos, aeroportos, rodovias), alta dependência do modal rodoviário,

/ Perfect Welding / Solar Energy / Perfect Charging

Fronius



QUALIDADE GARANTIDA
/ 5 anos de garantia

SELECTIVA 4.0

Fronius

SELECTIVA 4.0

UM SISTEMA DE CARREGAMENTO PARA TODAS AS BATERIAS

J.A Saúde Animal: a voz do embarcador

A J.A Saúde Animal é uma indústria farmacêutica veterinária 100% brasileira, especializada na pesquisa e no desenvolvimento de soluções inovadoras em saúde animal, possuindo ampla estrutura fabril e comercial.

E quem explica a logística da empresa é Vinicius Teixeira, assistente de Logística. Primeiramente, ele destaca que todos os fretes são terceirizados e que optaram por utilizar esse tipo de operação devido aos clientes estarem espalhados por todo o território nacional. Atualmente trabalham com Rodonaves, Expresso São Miguel, Solística, Sal Express e Pan Service.

“Nossa equipe de vendas está presente em todos os estados, portanto temos coletas em nossos CDs diariamente, com destino a várias cidades do país. Temos nossa matriz situada em Patrocinio Paulista, SP, e também um CD na cidade de Franca, SP, e outro em Uberaba, MG. E optamos por utilizar somente o transporte rodoviário – exceto para exportações –, pois nossas vendas geralmente possuem mais que um volume.”

Teixeira também destaca que um dos maiores desafios logísticos enfrentados pela empresa está relacionado à veracidade das informações, além dos casos recorrentes de avarias e extravios. “Também entendemos



Teixeira destaca que um dos maiores desafios logísticos enfrentados pela empresa está relacionado à veracidade das informações, além dos casos de avarias e extravios

o prazo de entrega como um desafio constante em nossas operações.”

O assistente de Logística ressalta que estes desafios poderiam ser resolvidos com a disponibilização de canais on-line, “onde pudéssemos verificar onde realmente a mercadoria está e em que situação ela se encontra. Outro ponto seria o cumprimento dos prazos estabelecidos, independentemente de que seja um local de difícil acesso, uma vila ou um distrito.”

Afinal, como aponta Teixeira, a logística deste segmento exige cuidados no manuseio dos volumes e prioridade nas entregas, por se tratarem de medicamentos.

Quarentena – O assistente de

Logística também fala que durante a quarentena tiveram que ter um planejamento mais eficaz, além de um estoque mais robusto para não deixar faltar matérias primas para produção dos medicamentos. “Estas mudanças impostas pela quarentena serviram de aprendizado, pois nunca havíamos imaginado que algo parecido poderia acontecer. E aproveitamos este momento para que essas mudanças (positivas) permaneçam para sempre.”

Neste contexto, Teixeira também fala sobre o que a empresa adotou em termos de logística para se adequar ao mercado de produtos veterinários. E o que oferece de diferenciais logísticos.

Primeiramente, foi a abertura de um CD em Uberaba, MG, para facilitar a escoação dos produtos acabados para algumas regiões. “Aumentamos a nossa capacidade de estocagem, contratamos fretes dedicados para importações e para as grandes vendas. Oferecemos sempre as melhores opções em transportadoras, para que nossos clientes fiquem satisfeitos desde a venda até a entrega dos produtos. Também passamos por uma otimização do estoque e espaço, para garantir que não falte insumos para a produção. Estamos em contratação de um software para controle, gestão e auditoria em fretes”, finaliza.



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”, elenca Flávia, da Atual Cargas.

E embora Perez, da Alfa Transportes, diga que se trata de uma logística extremamente simples e que não exige grandes desafios, a supervisora Comercial – SAO da Atual Cargas adianta que há vários deles, 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. “Mas, o principal desafio é o atendimento do fracionado normal para o fármaco (produtos refrigeração – vacinas/alimentos)”, completa Valeria, da Transportadora Risso.

Quanto às exigências que esta logística faz para com os OLs e transportadoras, Perez, da Alfa Transportes, descreve: Uma operação ágil, rastreamento online e atendimento focado no sucesso do cliente. “A exigência está voltada para a informação rápida, passo-a-passo da prestação de serviço”, completa Valeria, da Transportadora Risso. Flávia, da Atual Cargas, destaca que 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.”



Perez, da Alfa Transportes está otimista, com uma previsão do cenário futuro de crescimento econômico – “acreditamos que o volume de cargas estará em forte expansão”

Previsões

Os representantes das empresas participantes desta matéria especial também falam sobre as perspectivas para 2021 na logística deste segmento.

O gerente Comercial Nacional da Alfa Transportes diz que estão otimistas, com uma previsão do cenário futuro de crescimento econômico – “acreditamos que o volume de cargas estará em forte expansão”.

“Em 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”, completa Flávia, da Atual Cargas.

E Valeria, da Transportadora Risso, completa: Como os demais segmentos, a expectativa

é de crescimento na demanda no e-commerce e na distribuição de material fracionado até 200 kg.

Terceirização

Finalizando esta matéria especial, vale saber sobre a terceirização logística no segmento – como é, quais as perspectivas, as tendências, etc. Quais tipos de empresas mais fazem esta terceirização e por quê?

Perez, da Alfa Transportes, ressalta que, atualmente, ter a própria logística implica não só ter a própria frota de veículos, mas, também, mão de obra especializada, sistema de gestão, seguro, manutenção de veículos que em longo prazo geram altos custos que, quando levados em conta, tornam inviável e tornam a terceirização muito mais vantajosa para os players do mercado.

Por sua vez, Flávia, da Atual Cargas, revela que em um mercado cada vez mais exigente, é preciso ter como meta um nível de serviço cada vez maior. “Ou seja, devemos entregar os produtos na data acordada nos clientes, na quantidade exatamente pedida por eles. Neste sentido é muito importante ter 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.”

E Valeria, da Transportadora Risso, finaliza: Atualmente, a terceirização para prestação de serviço se tornou importante, pois se trata de uma forma de amenizar custo mantendo qualidade e atendimento ágil ao cliente, buscando empresas especializadas no segmento. Logweb

Acelerador Inteligente da Scania aumenta economia de combustível da Nova Geração de caminhões

Em tempos virtuais, a Scania reuniu a imprensa em uma coletiva online, no dia 5 de fevereiro, para divulgar suas novidades. Entre elas, o acelerador inteligente, um opcional que soma mais 5% e eleva a 20% a economia de combustível da Nova Geração de caminhões em comparação à gama anterior. Veículos equipados com o acessório farão parte da linha 2021/2022, já estão disponíveis para compra na rede de concessionárias e serão entregues a partir de 1º de agosto deste ano.

Os 20% de economia de combustível que a Nova Geração passa a alcançar é dividido em: motor Euro 5 com sistema de injeção de alta pressão (8%), aerodinâmica externa da cabine (2%), inovações da caixa de câmbio Scania Opticruise (2%), Scania Actcruise (3%) e os 5% do Acelerador Inteligente Scania.

Esta economia adicional de 5% foi comprovada em testes de campo realizados com clientes em várias

condições e operações distintas, nas principais aplicações rodoviárias. Foram utilizados caminhões com carretas tipo “vanderleia” e LS (três eixos), composições nove eixos (rodotrem) e diferentes tipos de tração, como 6x4 e 6x2, no transporte de grãos, carga frigorificada, combustíveis e outros.

O funcionamento do acelerador inteligente está ligado a uma análise do peso do veículo, da posição do

pedal de aceleração e deslocamento do modelo, para evitar acelerações bruscas e desperdício desnecessário de combustível. “Dessa forma, o veículo é conduzido de forma mais confortável e econômica, preservando outros componentes do trem de força e os freios. O sistema trabalha de forma automática e desativa quando o motorista pressiona o acelerador até o fundo (posição do Kickdown), entendendo que o condutor precisa de toda a capacidade de aceleração naquele momento. Ao soltar o pedal, o sistema volta a controlar a aceleração do veículo”, explica Paulo Genezini, gerente de Pré-Vendas da Scania no Brasil.

Segundo ele, numa situação de viagem com alta frequência de alterações de velocidade, tráfego intenso e em veículos não totalmente carregados ou vazios, o acelerador inteligente vai contribuir para uma maior economia de combustível. O efeito será um pouco reduzido em rotas nas quais haja velocidades constantes (de cruzeiro). “Ou seja, quanto mais variações na rota, maior será sua atuação automática. O motorista vai sentir rapidamente a diferença desse grande benefício”, acrescenta Genezini. A novidade está disponível para todos os modelos da Nova Geração, inclusive os fora de estrada.

Vale lembrar que o acelerador inteligente é um aliado importante para apoiar a Scania no cumprimento da meta de reduzir em 20% as emissões de CO₂ de seus veículos em circulação até 2025. 

Saiba mais

Durante a coletiva, a empresa também fez uma análise de 2020, revelou as expectativas para 2021, os números do mercado e comunicou novas vendas de veículos movidos a gás. Leia a matéria sobre esses assuntos no portal Logweb.

Acesse: <https://tinyurl.com/scanianalogweb>



A novidade está disponível para todos os modelos da Nova Geração, inclusive os fora de estrada

Postal BR nasce com a proposta de ser referência no segmento de entregas

Nascida no final de 2020, em meio à pandemia, a Postal BR é uma plataforma de entregas para marketplaces e lojistas em geral com atuação em todo o território nacional.

“Em meio à pandemia, a logística foi um dos setores que mais cresceram e que exigiram melhorias contínuas nos processos, na segurança, na eficiência e, principalmente, nos custos operacionais. Desta forma, enxergamos uma oportunidade de unir tecnologias Mobile e Sistemas para uma atuação flexível que garantisse as devidas melhorias que o mercado busca”, comenta André Santos, diretor comercial da plataforma.

Ainda segundo Santos, o mercado de encomendas no Brasil cresceu significativamente, gerando grandes oportunidades e fazendo com que o setor crescesse em meio à crise



Santos diz que estão crescendo rapidamente em todo o Brasil e que o objetivo é ser uma das maiores empresas do país e concorrer diretamente com os Correios

gerada pela pandemia. Porém, com aumento de demanda nas entregas, vieram também os problemas logísticos, fazendo com que este fosse um dos setores que mais receberam

reclamações nos últimos meses. Isso se dá devido à falta de capacidade operacional que o mercado apresenta, somado ao baixo valor do frete.

“Foi através dessa oportunidade que a Postal BR nasceu e, hoje, apresenta ao mercado uma solução barata, confiável e extremamente eficiente para quem precisa de alternativas no setor de encomendas”, diz o diretor comercial.

Ele também lembra que estão crescendo rapidamente em todas as regiões do Brasil, e que o objetivo é ser uma das maiores empresas do país e concorrer diretamente com os Correios, oferecendo ao mercado uma solução barata para envios de encomendas em todo o Brasil.

Diferenciais

Sobre os diferenciais oferecidos pela empresa, Santos diz que possuem tecnologia que integra embarcadores (clientes) com motoristas autônomos e, também, outras transportadoras parceiras da Postal BR. “Nossa plataforma disponibiliza aos clientes cálculo do frete integrado ao seu site e rastreamento full time de acompanhamento da entrega desde a coleta até sua entrega final.”

Esta plataforma permite uma análise analítica de cada envio, oferecendo sempre o menor custo no menor prazo de entrega, continua o diretor comercial. “Nossos entregadores estão conectados ao nosso sistema e as baixas e ocorrências geradas são automaticamente inseridas nele, gerando informações aos nossos clientes em tempo real.”



Testes com as finalistas do prêmio IFOY contam com AGVs de diferentes fornecedores conectados

Conhecido como o “Oscar da intralógica”, o IFOY Award (International Intralogistics and Forklift Truck of the Year) marcou para os dias 25 e 26 de março, em Dortmund, Alemanha, o Test Camp Intralogistics, aberto aos especialistas em comércio B2B do setor de logística, não apenas aos jurados. Esta é uma das três etapas de testes com as empresas finalistas.

Sob o tema “IFOY meets Business”, o Test Camp Intralogistics dá aos decisores de logística a oportunidade de fazer test drives, testar equipamentos e ter discussões técnicas intensivas com representantes das marcas que chegaram às finais do IFOY Award com os seus equipamentos e soluções.

Além disso, também serão apresentados veículos e soluções indicados

ao IFOY em anos anteriores. Neste ano, 17 soluções de 14 fabricantes foram selecionadas pelo júri, da qual a *Logweb* faz parte, sendo a única das Américas.

A novidade deste ano no Test Camp Intralogistics é a estreia do chamado AGV Mesh-Up, da VDMA – Associação de Manuseio e Intralógica de Materiais, patrocinadora da premiação. Trata-se de um projeto organizado por usuários e fabricantes de veículos guiados automatizados (AGVs) utilizando a interface VDA 5050, que permite que veículos de transporte automatizados, como trens de rebocagem, AGVs ou robôs móveis, interajam entre si por meio do sistema de controle plug-and-play, independentemente do fabricante e do sistema. O nome do evento, AGV Mesh-Up, é baseado em uma WLAN em ma-

ilha na qual diferentes componentes se interligam e são vistos como uma WLAN uniforme. Os veículos operam através de diferentes tipos de navegação (por exemplo, guiados por linha ou baseados em contorno), mas se comunicam com um controle mestre em uma linguagem de dados comum.

As empresas representadas no evento são: arculus, DS Automotion, Kion Group (com a marca Still), Safelog, SEW-Eurodrive, Siemens AG e SSI Schäfer. Além disso, o Fraunhofer-Gesellschaft IPA (Instituto de Engenharia de Manufatura e Automação) e o IML (Instituto de Fluxo de Materiais e Logística) participarão com um AGV cada. Logweb

VEJA DETALHES
sobre as soluções finalistas
no portal *Logweb*, basta
digitar IFOY no campo de busca.



No AGV Mesh-Up, veículos automatizados de diferentes fabricantes irão interagir entre si por meio do sistema de controle plug-and-play

LIDERANÇA EM GALPÕES LONADOS HÁ MAIS DE 40 ANOS

+ AGILIDADE

+ ECONOMIA

+ SEGURANÇA

+ INOVAÇÃO

NÃO ARRISQUE. PEDE UM TÓPICO.

Acesse topico.com.br e descubra
porque a Tópico é líder em soluções
flexíveis de armazenagem

TÓPICO

Incremento do e-commerce de uma forma geral impulsiona o uso dos galpões lonados em meio à pandemia

O e-commerce apresentou, em 2020, o maior crescimento em 20 anos, o que aumentou a demanda por armazenagem, espaço que os galpões lonados ocuparam com eficiência, sobretudo por suas características.

O e-commerce foi um dos setores que mais cresceu no ano passado. Tanto que o faturamento de lojas online cresceu 47% no 1º semestre de 2020, em comparação com o mesmo período de 2019. “É a maior alta do setor em 20 anos, conforme levantamento da Ebit/Nielsen. E ninguém estava preparado para isso. Portanto, a demanda por armazenagem com esses clientes foi bem significativa”, comenta Eduardo Gianini, gestor da Unidade de Negócios da Rentank, falando sobre as consequências do crescimento do e-commerce no setor de galpões lonados em 2020.

Naldo Sales, fundador e CEO da Reconlog, também destaca que as transações por e-commerce aumentaram muito e, conseqüentemente, os comércios precisaram repensar suas logísticas e aumentar o espaço de seus Centros de Distribuição na mesma proporção. “Com as incertezas geradas pela pandemia, ter soluções de armazenamento que podem ser rápida e facilmente montadas e desmontadas foi crucial para garantir o cumprimento das transações online.” Mas, afinal, como foi o ano de 2020 para o segmento de galpões lonados? “Em meio às dificuldades que todos os setores apresentaram devido à crise iniciada pela Covid-19, tivemos um ano com bons resultados. Nosso mercado – locação de galpões lonados para armazenagem – também contribui para as empresas que



Gianini, da Rentank: “Estamos vivendo um momento sem precedentes, onde os planejamentos ficaram para trás, e o agir ‘aqui e agora’ foi o que mais ocorreu no ano de 2020”

estão passando por momentos de crises e precisam armazenar matéria prima que ficaram paradas, e também para os segmentos que cresceram junto à pandemia e precisaram de algum tipo de armazenamento devido à alta na produção. Podemos citar os Operadores Logísticos, com o aumento das vendas online, os Operadores Portuários, com as importa-

ções e exportações relacionadas ao agronegócio, e outros segmentos, como o alimentício e o químico, que tiveram destaque em 2020 no que se refere ao uso dos galpões lonados”, opina Gianini, da Rentank.

Já para Sales, da Reconlog, 2020 foi um ano desafiador – com produções paradas e outras que aceleraram – “e mesmo com a escassez de matéria prima que nos atinge diretamente, nos sobressaimos devido aos acordos com fornecedores e à relação de confiança, que deixou nossos estoques abastecidos para seguir com a fabricação da nossa estrutura e atender às movimentações de importação e exportação atingindo todos os setores”.

O fundador e CEO da Reconlog também lembra que a pandemia trouxe ampliação e mudanças no uso dos galpões lonados. “Adaptamos nosso serviço e expertise para atender outras áreas, como a montagem de Hospitais de Campanha. Também conseguimos atender novas demandas graças ao método de montagem, pois



Catálogo de acessórios é novidade no mercado de galpões

Também especializada no segmento de galpões flexíveis, a Tópico conta agora com mais um lançamento inédito no mercado: a linha de acessórios “Tópico Essenciais”. Com mais de 25 itens disponíveis para atender a todos os tipos de estruturas lonadas, metálicas, tendas e coberturas, de qualquer segmento econômico, a novidade chega ao mercado como uma solução completa para transformar galpões em espaços ainda mais funcionais e seguros. “Além de oferecer itens já conhecidos no mercado, o catálogo inclui soluções inéditas no país, como portas automáticas, contêineres sanitários e escritórios e climatizadores para maior conforto térmico. O Essenciais reúne todos os acessórios para que o cliente possa customizar o galpão e deixá-lo ainda mais robusto, de acordo com a necessidade da empresa ou do produto a ser armazenado. Analisamos as principais demandas de nossos clientes e implementamos esses novos facilitadores”, comenta a especialista de Projetos da Tópico, Fernanda Barati.

nossa estrutura é fabricada de forma que permite entregar um galpão de 4 mil metros em apenas 8 dias, o que seria praticamente inviável se fosse de alvenaria, por exemplo.” No caso da Rentank, as maiores mudanças foram com relação a um maior senso de urgência nas solicitações dos clientes. “Estamos vivendo um momento sem precedentes, onde os planejamentos ficaram para trás, e o agir ‘aqui e agora’ foi o que mais ocorreu no ano de 2020. E o nosso produto serve exatamente a esse propósito, pois é uma aplicação ágil e que atende perfeitamente a sazonalidade”, diz Gianini.

Perspectivas

Já se referindo às perspectivas do setor para este ano de 2021, o gestor da Unidade de Negócios da Rentank se mostra otimista. “As perspectivas são boas, esperamos que no Brasil a vacinação aconteça maciçamen-

te no 1º semestre, o que resultaria numa retomada mais rápida da economia no 2º semestre. Mas acreditamos muito no mercado brasileiro e no crescimento dos nossos clientes nos mais variados segmentos, desde o agronegócio, passando pelos setores logísticos até as indústrias.

Já para Sales, da Reconlog, o mercado num geral ainda está turbulento, “mas oferecemos um serviço versátil que se aplica em diversos segmentos. Se por um lado a indústria automobilística está produzindo menos e não precisa de espaços de armazenamento temporário, temos a expectativa de mais um recorde na safra de grãos que precisa de armazenamento extra. A construção civil, outro mercado onde atuamos bastante, também segue produzindo normalmente. Dessa forma, podemos dizer que temos boas perspectivas para manter nosso negócio equilibrado e saudável.”

O fundador e CEO da Reconlog também aproveita para citar as aplicações mais comuns, hoje, para os galpões lonados: agronegócio, portos, logísticas e armazéns, indústrias (alimentícia, de cosméticos, química, fertilizantes, mineração, etc.) e obras (refeitórios, alojamentos, almoxarifados, etc.) e aeroportos, entre outros. “Alguns segmentos crescem com as crises, e com a Covid-19 não foi diferente, por isso as empresas do agronegócio, os Operadores Logísticos e Portuários continuaram com as demandas até acima do normal, mas com certeza o setor químico/farmacêutico cresceu muito em 2020 e acompanhamos esse crescimento”, complementa o gestor da Unidade de Negócios da Rentank.

Novidades

Também em função deste momento diferenciado que estamos vivenciando, o setor de galpões lonados também apresenta novidades. Sales, da Reconlog, diz que estão sempre aprimorando o produto e serviço e têm inovações que os



diferenciam no mercado. “Nossa tecnologia permite montar galpões lonados com vão livre de até 55 metros. Além disso, temos capacidade de personalizar os projetos com acessórios de acordo com a necessidade.”

O fundador e CEO da Reconlog também lembra que, como atuam em várias áreas distintas, precisam contar com uma rede comercial capaz de cobrir todo o País. “Dessa forma, a ReconLog recrutou e treinou representantes de vendas em todos os Estados para oferecer armazenagem customizada de acordo com a necessidade do contratante. Esses profissionais passaram a representar a empresa em 2021 e já podemos colher os frutos dessa implementação.”

Além disso, a ReconLog trabalha com um formato exclusivo de galpão desenvolvido internamente, o RL360, que, segundo Sales, foi projetado com design inovador (frontal vertical), que não necessita de nenhuma manutenção.

No caso da Rentank, Gianini também destaca que estão sempre inovando – “esse ano traremos novos acessórios e produtos. Estamos oferecendo aos nossos clientes pacotes totalmente personalizados para atender a toda a necessidade logística e de armazenagem, de uma forma geral”, completa. Logweb

Dafiti Group inaugura em Extrema, MG, maior CD automatizado da área da moda na América Latina

O maior Centro de Distribuição do setor de e-commerce de moda na América Latina acaba de ser inaugurado. E é do Dafiti Group, líder online de moda e lifestyle, que completa 10 anos. A nova unidade, batizada de LEAP – um salto para o futuro, está localizada em Extrema, MG. O município, que já contava com um Centro de Distribuição da companhia, possui localização estratégica para distribuição logística.

O novo CD ocupa uma área de 54.000 m² em um terreno de aproximadamente 250.000 m² (dimensão correspondente a cerca de 30 campos de futebol). A estrutura, que possui mais de 70 docas, por onde passam mais de 100 caminhões por dia, abriga a maior solução de automação (AutoStore) do mundo, controlada por inteligência artificial, que tem capacidade para separar 5.000 produtos por hora.

Entre recebimento e expedição, os itens são movimentados por aproximadamente 100 paleteiras e mais de 400 gaiolas metálicas, identificados por cerca de 130 leitores de código de barras e quase 400 coletores de dados.

Philipp Povel, CEO e cofundador da Dafiti Group, explica que os itens, ao chegarem no CD, são levados para uma área de triagem composta de 29 flow racks e cerca de 8 mil caixas para direcionar os itens para o AutoStore ou mezanino (coletas automatizadas ou manuais). “Através de 21 pórticos,



Povel, do Dafiti Group: “O LEAP foi planejado para sustentar o crescimento do negócio, ser um centro logístico para os parceiros e maximizar a eficiência de nossos serviços”

os itens são induzidos/armazenados no Autostore em bins (caixas de armazenagem, que hoje já são mais de 400 mil). Já os itens que são direcionados para o mezanino poderão ser armazenados nas 165k posições de cestos, nas 67k posições de prateleiras ou nos ~5k portapalete”, conta.

Para expedição, o LEAP conta com ~3km de esteiras de automação, 24 pórticos para separação de produtos no Autostore e 76 estações de trabalho para consolidar e embalar os pedidos.

“O LEAP abriga a maior instalação desse tipo no mundo e o maior projeto operacional do grupo até o momento. Sua escala e sofisticação expressam a transformação e o crescimento do setor de e-commerce de moda, impulsionando nossos próximos dez anos de crescimento na região”, enfi-

za Christoph Barchewitz, Co-CEO do Global Fashion Group.

Todas as operações do Dafiti Group no Brasil foram consolidadas neste CD. Ou seja, a antiga operação que também se localizava em Extrema foi transferida para lá e a empresa está desmobilizando a operação em Jundiá, SP, com transferência de muitos dos funcionários.

A solução AutoStore

A solução tecnológica que é o grande destaque no novo CD é o AutoStore, um sistema integrado de armazenamento habilitado pela Bastian Solutions, com estruturas modulares e flexíveis que armazenam os produtos em caixas organizadas verticalmente em grades, e os produtos são coletados por robôs que se deslocam na parte superior do sistema. Todo esse processo é operado por um software que combina Inteligência Artificial e análise preditiva para mapear produtos e criar rotas eficientes para os robôs realizarem a coleta. A solução acelera em até três vezes o tempo de separação de cada item.

Atualmente, estão em plena operação no LEAP cerca de 450 mil caixas, que são manipuladas e organizadas por quase 300 robôs. Com isso, a capacidade de armazenamento dentro do sistema automatizado chega a 3.6 milhões de produtos. Trata-se da maior automação de e-commerce de moda do Brasil.

“Avaliamos inicialmente muitas tecnologias diferentes antes de selecionar o AutoStore como a melhor solução para atingir os objetivos operacionais de longo prazo da empresa. A flexibilidade da solução AutoStore, a facilidade de expansão da tecnologia e sua capacidade de fornecer ao Dafiti Group um armazenamento extremamente denso de SKUs foram apenas algumas das muitas vantagens que contribuíram para esta escolha”, expõe Greg Conner, vice-presidente de vendas globais na Bastian Solutions, companhia da Toyota Advanced Logistic e líder global na integração de tecnologia de automação da cadeia de suprimentos.

Para o consumidor, a principal vantagem de um modelo operacional como o LEAP é a redução no tempo total de separação dos produtos, de 24 para 2 horas, em média. Isso resulta em uma entrega ainda mais assertiva e rápida. O Dafiti Group tem escritórios em quatro países (Brasil, Argentina, Chile e Colômbia) e quatro Centros de Distribuição. O LEAP é o primeiro – e, por enquanto, único – dos CDs a contar com essa solução tecnológica.

Planejamento e desafios

Há cerca de quatro anos, o Dafiti Group entendeu que precisaria ter um novo Centro de Distribuição que sustentasse o crescimento exponencial do negócio. Da ideia, planejamento, início das obras, início do funcionamento, testes da automação e agora lançamento oficial, foram cerca de dois anos.

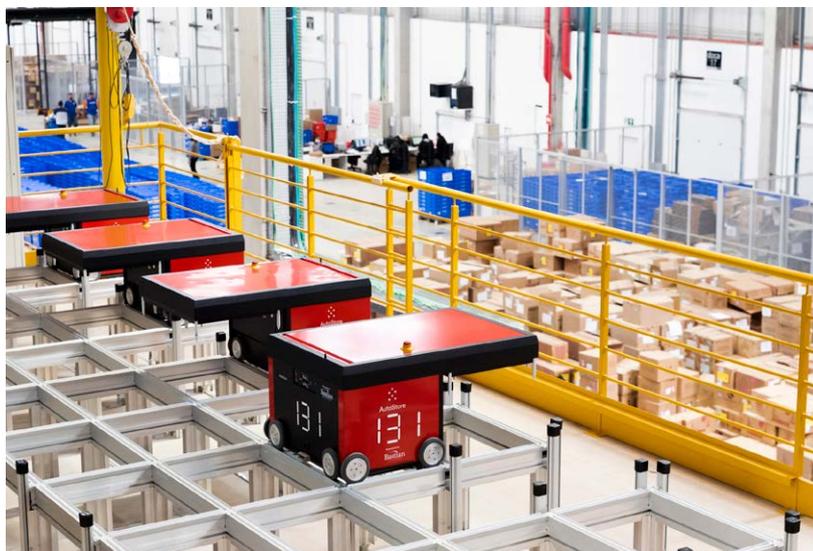
“Desenvolvemos um squad interno, com representantes de diferentes áreas-chaves do grupo para o projeto (de operações a jurídico), que atuaram focadas no LEAP durante todo esse tempo, e contamos com muitos

Foto: Rafael Roncato



O condomínio, localizado em Extrema, MG, segue o padrão “classe A” das demais unidades da LOG CP

Foto: Rafael Roncato



O AutoStore é um sistema integrado de armazenamento com estruturas modulares e flexíveis

parceiros externos para elaborar um projeto dessa magnitude em tão pouco tempo”, conta Philipp Povel.

Sobre os desafios, ele conta que durante a execução do projeto, o índice de chuvas foi superior à média dos últimos 10 anos, causando impacto no cronograma da obra durante a etapa de terraplenagem. “Também tivemos todo o processo de importação realizado

em parceria com a Razac Trading, com equipamentos vindos da Europa, EUA e Ásia. Além disso, grande parte do desenvolvimento do LEAP foi executado em plena pandemia, e os especialistas da Bastian Solutions, que anteriormente estariam in loco acompanhando o projeto, executaram tudo de forma remota com nosso time daqui do Brasil”, revela Philipp Povel.

O impacto das chuvas no cronograma foi compensado posteriormente por reduções nas etapas subsequentes (fundação, cobertura, fechamento lateral, piso, etc.). “No que se refere à importação, foram realizados alinhamentos com os fabricantes, explicando todo o procedimento necessário para atender os requisitos de importação do Brasil, além de reuniões com entidades no Brasil para explicar todo o conceito do projeto, bem como as funcionalidades dos equipamentos, uma vez que esta é a segunda instalação do Brasil com AutoStore”, conta o CEO e cofundador da Dafiti Group.

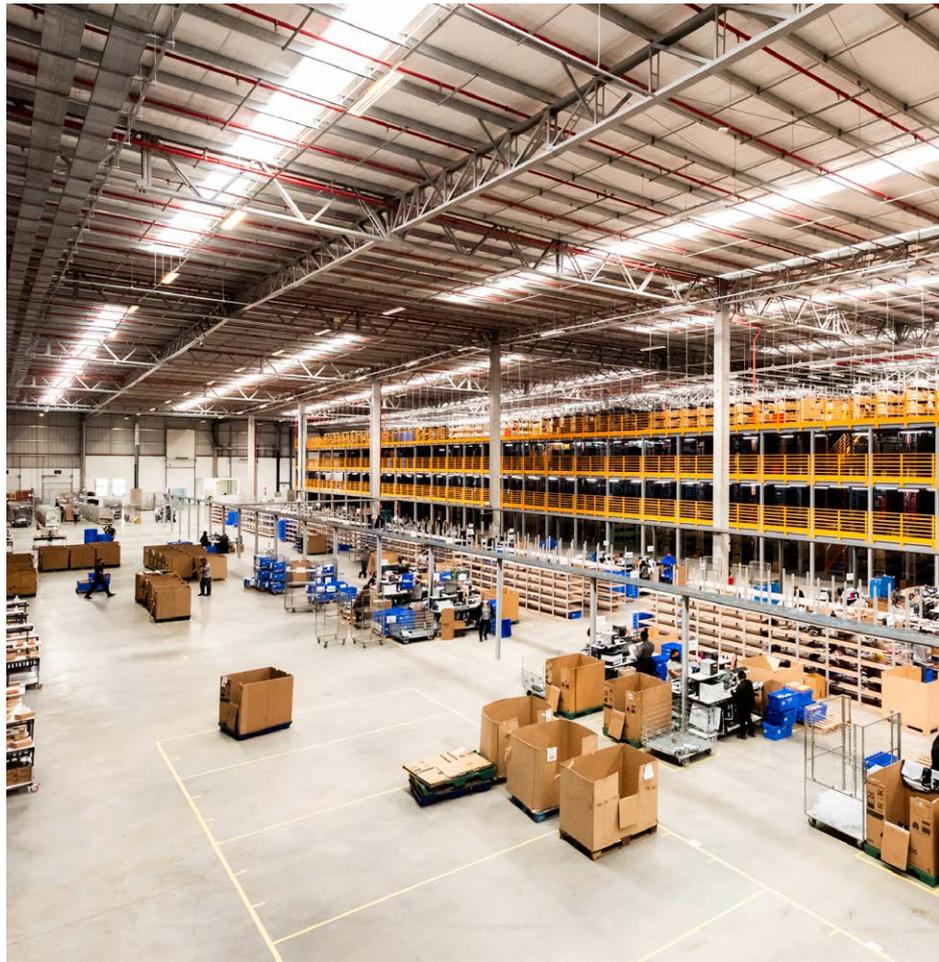
Consultoria

Entre os parceiros da empresa está a Connexion Consulting, que ofereceu desde suporte e auxílio na escolha da solução até o “go live” da operação. “Fomos responsáveis pelo escritório de projetos (PMO) em todas as etapas”, ressalta Edson Carillo, diretor da Connexion Brasil e também colunista do Portal Logweb. Segundo ele, entre os maiores desafios encontrados no processo está o elevado grau de automação considerado, associado ao ineditismo e à escala da instalação, em especial na definição dos parâmetros e requisitos. “Esses desafios foram vencidos com engajamento e senso de compromisso de todos os envolvidos, com destaque ao time de projetos da Dafiti.”

Carillo diz que a automação na estocagem e a separação de pedidos, com solução “goods to person”, são os diferenciais inovadores da nova estrutura em termos logísticos.

Com as lojas físicas fechadas, ou com restrição de funcionamento devido à pandemia de Covid-19, o e-commerce disparou no mundo todo. “No Brasil não foi diferente. Estima-se que houve um incremento de cerca de 100% nos volumes de e-commerce para moda”, analisa o diretor da Connexion Brasil.

Foto: Rafael Roncato



O novo CD ocupa uma área de 54.000 m² em um terreno de aproximadamente 250.000 m²

Foto: Rafael Roncato



Os itens que são direcionados para o mezanino poderão ser armazenados nas 165k posições de cestos

Para Carillo, esse incremento requer um redesenho das operações logísticas, isto é, se deixamos de abastecer lojas para atender diretamente os pedidos, o nível de fracionamento das operações é bem maior. “Há ainda impacto nos transportes, devido ao envio de encomendas e

não de transferências, para abastecimento de lojas”, expõe.

Estrutura

Também são parceiras do Dafiti Group a LOG Commercial Properties, desenvolvedora de ativos logísticos greenfield com ampla



para redução de prazos e um processo de construção padronizado, mecanizado e organizado em módulos. O condomínio segue o padrão “classe A” das demais unidades da LOG, mas possui alguns diferenciais, como maior capacidade de energia e um piso com nivelamento e planicidade superior ao padrão de operações logísticas, resistente a até 6 toneladas por metro quadrado.

Além disso, conta com torneiras com fechamento automático, bacias sanitárias Dual Flush (que permitem duplo acionamento reduzindo até 50% o consumo de água), mantas de isolamento térmico, iluminação em LED, sistema de ventilação e iluminação natural e sistema de reutilização de águas pluviais.

Para o diretor executivo da LOG, Marcio Siqueira, a conclusão de um empreendimento de tamanha expressão só reforça o bom momento que o e-commerce vive no Brasil. “Adaptamos a estrutura

do. Alguns de porte maior, como Transfolha e Sequoia, mas também há outras menores, com atuação regional, além dos Correios.

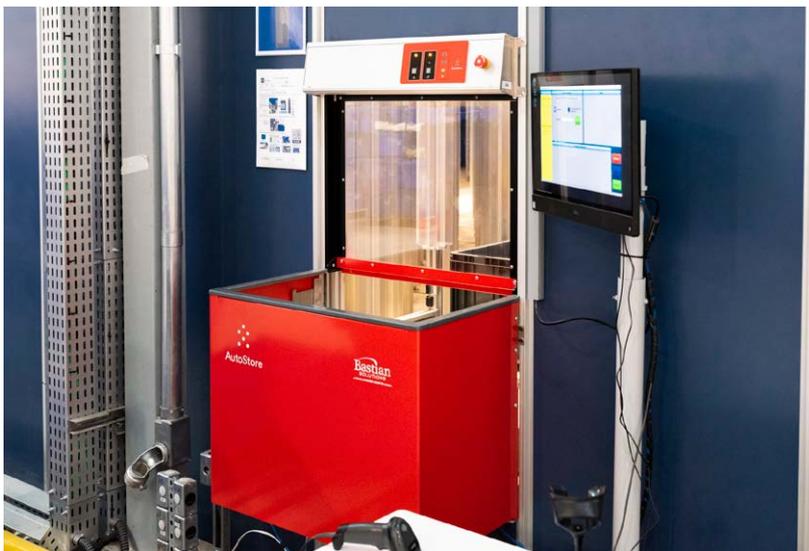
O Grupo conta com uma malha logística que consegue atender todo o país e entregar os mais diferentes perfis de produtos, de pacotes pequenos a móveis ou colchões. “Atuamos com frota terceirizada e iniciativas próprias, como entregas via bicicleta em São Paulo e coleta de pedidos em pontos físicos espalhados por todo o Brasil, para sustentar toda essa estratégia”, explica Philipp Povel.

Mercado

A pandemia vem sendo um período desafiador em muitos sentidos, impactando vários setores. Povel conta que no início de 2020, a empresa revisou diversos processos internos e adequou seu portfólio para atender da melhor forma a nova demanda dos consumidores e daqueles que estavam migrando para o online pela primeira vez. “O cuidado com nossos funcionários, parceiros e clientes nos possibilitou continuarmos em crescimento, mesmo durante esse período”, destaca.

No terceiro semestre de 2020, essa aceleração se consolidou tanto na base ativa de clientes (com mais de 7 milhões) que a empresa reportou um crescimento recorde, de 52% ano contra ano, com NMV (Net Merchandise Value) de R\$1 bilhão. “E agora, o LEAP será fundamental para sustentar nossa estratégia daqui em diante. Ele terá um impacto não somente no Dafiti Group, como em todo nosso ecossistema. Na prática, isso significa que ele foi planejado para sustentar o crescimento de nosso negócio para os próximos anos, ser um centro logístico para nossos parceiros e maximizar a eficiência de nossos serviços, facilitando o trabalho de nossos times”, finaliza. Logweb

Foto: Rafael Roncato



Estão em operação cerca de 450 mil caixas, que são manipuladas e organizadas por quase 300 robôs

presença em Minas Gerais, e a BTS Properties, plataforma de desenvolvimento de projetos imobiliários que conecta imóveis construídos sob medida a investidores do mercado, especialmente por meio de operações de Built-to-Suit.

A entrega do empreendimento em um tempo recorde de apenas 11 meses se deu devido aos métodos

especialmente para receber o sistema inovador implementado pelo Dafiti Group e estamos muito satisfeitos em fazer parte de um grande projeto como este”, afirma.

Transporte e logística

Na área de transporte, a empresa tem parceria com grande parte dos couriers que estão no merca-

Logística do setor têxtil e de vestuário traduz mudança de comportamento do consumo

O segmento foi fortemente influenciado pela transferência das compras para as plataformas online, exigindo ações voltadas à diminuição do lead time das entregas para aumentar a satisfação e a confiança dos clientes.

Depois da crise do coronavírus – que abalou a recuperação lenta, mas gradual, que o segmento de moda estava apresentando no início de 2020 –, a previsão é que o setor busque novos caminhos para superar as dificuldades e ampliar a lucratividade nos próximos anos. Está é a expectativa de Mírian C. Costa, gerente comercial da Transfer Transporte e Logística.

A profissional está entre os entrevistados desta matéria especial sobre a logística do setor têxtil e de vestuário, cujas perspectivas são de crescimento de 8,3% na produção em 2021, segundo a Abit – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção.

Um dos reflexos do coronavírus nos negócios e na rotina das pessoas é a onda de compras online, tanto que a grande bola da vez é o setor de e-

commerce. O Google aponta 59% de aumento no faturamento do comércio virtual em 2020 em comparação a 2019. Segundo a Ebit/Nielsen, o setor recebeu 90,8 milhões de pedidos no primeiro semestre de 2020, sendo que 7,3 milhões de brasileiros compraram pela primeira vez nessa modalidade.

Para Rosa Maria Amador, diretora de Desenvolvimento de Negócios e Inovação da ID Logistics Brasil, o segmento foi fortemente influenciado pela transferência das compras para as plataformas online. “O ano de 2020 foi muito favorável, pois houve crescimento superior a 30% das demandas previstas nos canais de e-commerce, impulsionado pelo fechamento das lojas devido à pandemia da Covid-19. Para 2021, além da continuidade das restrições de circulação nas cidades, o cenário se mostra favorável, pois as lojas abri-

ram parcialmente e muitos dos consumidores que compravam em lojas físicas passaram a aderir às compras online”, expõe Rosa.

De fato, o fast fashion volta com força, na opinião de Toni Trajano, diretor executivo da Solucion Logística. “Já era um movimento muito forte no varejo de moda, multiplicando os lançamentos de coleções ao longo do ano e agora se combina aos novos hábitos de consumo”, afirma.

Para Delmar Albarello, fundador e diretor-presidente do Grupo Troca, em 2021, o consumidor deverá estar maduro o suficiente e, por isso, vai valorizar uma entrega expressa, por exemplo. “Essa agilidade e segurança vai chamar a atenção e funcionará como um requisito na suas decisões nas compras.”

Giuseppe Lumare Júnior, diretor comercial da Braspress, antes de fazer “previsões” para o setor em 2021,



lembra que o ano de 2020 foi especialmente difícil para segmentos de consumo não essenciais. As vendas de têxteis, com poucas exceções, foram afetadas pela queda de vendas de confecções, mas este efeito se reduziu um pouco a partir do último trimestre do ano, quando as vendas começaram a voltar. “Nesse período, o crescimento das vendas foi avançado pelo consumo de revanche, um efeito psicológico que faz o consumidor extravasar frustrações causadas por longos períodos de afastamento das compras, como foi o caso de vários meses do ano de 2020.”

Por outro lado – continua o diretor comercial da Braspress –, o consumo de confecções também se adaptou à realidade do home office, havendo forte crescimento de vendas de roupas mais despojadas e confortáveis, especialmente pelo canal do e-commerce.

Este, segundo Lumare Júnior, apresentou um impacto muito forte na logística do segmento. No geral, com a chegada do omnichannel, o transporte passou a se adaptar às novas demandas de Same e Next Day Delivery, passando a considerar novos modos de fazer chegar as encomendas aos consumidores – assim, foram incentivadas as entregas em “Pick Up Point” e as postagens em “Drop Offs”, cuja designação geral se fez por meio do acrônimo: PUDO’s.

Novas ideias e modos de fazer transportes têm surgido e devem evoluir muito a partir dos novos impulsos de consumo. Nos segmentos de têxteis e confecções, essas novas soluções têm facilitado as operações, pois se tornaram opções do consumidor para reduzir custos de frete e atender seus anseios em cada compra.

“Para 2021, ao que parece, as vendas estão voltando à normalidade, mas ainda é cedo para saber qual será o efeito efetivo ao longo do ano, mesmo porque a pandemia persiste e muita coisa pode alterar o ímpeto de compras do consumidor”, completa Lumare Júnior.

Comportamento

A logística no setor têxtil será influenciada pela mudança de comportamento do consumo, inclusive das novas gerações, cada vez mais digitalizadas, como a Geração Z, que valoriza a praticidade e o consumo on demand, acredita Albarello, do Grupo Troca.

“Isso influencia inclusive a produção, quando players relevantes não precisam mais manter grandes estoques, ou nenhum até, fazendo a



Segundo Rosa, da ID Logistics, muitas empresas estão apostando em automação para mitigar a baixa oferta de mão obra e devido aos custos de locação de área

venda sair de CDs estratégicos por meio de uma logística inteligente e capilarizada”, expõe.

As palavras de ordem neste ano são planejamento e assertividade, de acordo com Thiago Menegon, diretor comercial da TDB Transporte e Distribuição de Bens. “É preciso estar o mais próximo possível do cliente para acompanhar as oportunidades e estar pronto no momento de necessidade.”

A consolidação da recuperação econômica e o aumento da inclusão digital serão fatores diretamente responsáveis pelo desempenho do setor, acredita Trajano, da Solucionária. “A convergência dos meios de consumo online e offline – tal como ocorre quando compramos

pela internet, mas retiramos ou trocamos o produto na loja física – requer gerir embarque, transporte e estoques de maneira integrada, com uso de tecnologia e múltiplos modais de entrega”, conta.

Segundo ele, já não há como pensar a gestão de custos e riscos na logística sem a digitalização de processos e serviços, e quem não iniciar ou acelerar sua jornada de transformação digital vai certamente ficar para trás.

Para Rosa, da ID Logistics Brasil, a escassez de insumos e matérias primas pode influenciar o setor no que diz respeito à disponibilidade de produtos. “Além disso, a insuficiência e o alto custo do aço impactou a disponibilidade e os custos de estruturas portapaletes, o que pode ser um gargalo para o crescimento do setor em 2021”, observa. Mírian, da Transrefer, diz que manter a eficácia para garantir níveis de serviço será um diferencial positivo, afinal, os desafios da indústria têxtil são considerados complexos, pois a área está diretamente ligada à moda, que a cada estação antecipa diversas coleções e condições. “Existem rotinas comuns e particulares, podemos citar como fatores que devem influenciar a logística: equilíbrio nos níveis de estoque, variedade de SKUs, manter frequência de transporte adequada e criar melhor estrutura para o armazenamento.”

Já Lumare Júnior, da Braspress, acredita que as causas mais comuns que afetam a logística e o transporte neste segmento, pelo menos no que diz respeito ao volume de serviços, são a renda e as predisposições de consumo. Em geral, renda é fator crucial para avançar vendas e gerar operações logísticas e fluxos de carga, mas no caso das confecções e têxteis, cuja necessidade de consumo pode ser adiada, renda é tudo. Assim, em ano de muitas incertezas, não é seguro que teremos uma recuperação plena.

Novidades

Quando o assunto envolve as novidades logísticas no segmento têxtil e de vestuário, Rosa, da ID Logistics Brasil, cita que muitas empresas estão apostando em automação para mitigar a baixa oferta de mão obra e, principalmente, pelos altíssimos custos de locação de área.

“Os Operadores Logísticos e as transportadoras estão investindo bastante na renovação de ativos diretamente ligados às operações. Os Operadores Logísticos, por exemplo, têm buscado incrementos de automação, especialmente com o crescimento do e-commerce, cuja demanda mais fracionada implica ampliar muito a capacidade de separações, item a item, seguido de processos automatizados de embalagem.”

Ainda de acordo com diretor comercial da Braspress, o transporte também busca se adaptar, passando a usar dispositivos de movimentação como caixas-mangas, cujo fito é consolidar muitos pacotes nestes dispositivos de contenção, possibilitando a segurança e garantindo a integridade até a fase de Last Mile, na qual as entregas finais são realizadas.

De acordo com Albarello, do Grupo Troca, a logística se adapta ao novo modelo de consumo, usando frotas mais compactas e, por isso, mais ágeis para entregas fracionadas door to door, automação dos CDs com soluções como esteiras, leitores óticos, medidores de cubagem digitais/laser, menos pessoas e mais máquinas de automação nos processos.

Segundo Valeria Colavite, da gestão comercial da Transportadora Riso, operacionalmente o transporte rodoviário no segmento têxtil ganha agilidade com a redução de tempo para as entregas, sendo assim, há a necessidade do aumento de linhas de transferências, viabilizando a distribuição em

pequenos centros com maior agilidade. “Para a comunicação ágil, foram desenvolvidos aplicativos para que o consumidor final possa acompanhar passo a passo a informação do seu produto.”

Colaboração e compartilhamento são as palavras da vez, e ajustar-se a este novo modelo durante a pandemia tem sido uma necessidade para pequenas e grandes empresas, que devem olhar para o lado e firmar parcerias para sobreviver, conta Trajano, da Solucionna. Isto abrange



Para **Albarello**, do Grupo Troca, a logística se adapta ao novo modelo de consumo, usando frotas mais compactas e ágeis para entregas fracionadas

desde o compartilhamento de Centros de Distribuição por empresas que habitam um mesmo marketplace, até o compartilhamento de

rotas e carretas por empresas concorrentes, buscando otimizar custos e reduzir a pegada ambiental.

“De modo mais amplo, inúmeras iniciativas sob o chapéu da Logística 4.0 vêm sendo testadas e adotadas de modo generalizado pelas empresas do setor, buscando operações mais inteligentes para oferecer uma experiência superior de compra. E já vemos um movimento de grandes varejistas incorporando startups a plataformas próprias, que integram toda a cadeia de suprimentos, ou mesmo acelerando startups em busca de soluções específicas.”

Já a TDB percebeu que alguns clientes trocaram as embalagens de papelão pelos sacos plásticos. “Creio que por conta de redução de custos, até porque muitos nos relataram o aumento no valor das embalagens, bem como a falta delas. Os clientes também estão implantando RFID para caixas e peças”, compartilha Menegon.

As novidades listadas por Mírian, da Transrefer, são: novas tecnologias, garantir melhor nível de serviço (ciclo mais rápido e constante), veículos equipados e dedicados ao tipo de operação e sistemas operacionais próprios.

Exigências

Sobre as novas exigências que estão sendo feitas pelos embarcado-



res aos OLs e às transportadoras, Rosa, da ID Logistics Brasil, diz que estão cada vez mais voltadas a diminuir o lead time das entregas. “Essa redução aumenta a satisfação e a confiança dos clientes com relação às vendas online”, expõe.

Tem a mesma opinião Menegon, da TDB. “As empresas estão percebendo que a falta de mercadoria no ponto de venda é atrativo para o concorrente vender.”

A principal exigência, como responde Valeria, da Transportadora Risso, está atrelada ao processo logístico com integração do fluxo de informação. “São demandadas ferramentas práticas de fácil acesso com informações online.”

Na lista de Mírian, da Transfer, estão Logística 4.0, otimização dos custos e serviços, atenção à qualidade do negócio, e finalmente tecnologia em dia, “para garantir controle e evolução de procedimentos, firmando a integração interna e externa e focando na qualidade dos serviços”.

A adoção de soluções operacionais sustentáveis do ponto de vista socioambiental já é um requisito básico no relacionamento com grandes grupos varejistas, e vem se tornando um padrão para todo o setor, observa Trajano, da Solucciona Logística.

“Já a omnicanalidade na ponta de consumo vem exigindo uma integração inteligente entre as operações logísticas no ambiente online e offline”, continua. Para ele, o grande desafio do segmento está em unir de modo ágil os fluxos dos canais digitais e físicos desde o embarque, conciliando a disponibilidade de produtos espalhados pelo território com as diferentes demandas de frequência de abastecimento nas lojas físicas e nos canais virtuais.

“Isto está longe de ser simples, e exige compartilhar recursos entre diferentes empresas, com diferentes processos, para ter escala

e menor custo. Desenvolver um modelo de negócio que possa viabilizar esta operação equivale a encontrar o Santo Graal da logística têxtil”, ressalta Trajano.

Para Albarello, do Grupo Troca, as exigências podem ser percebidas como uma questão estratégica, como no atendimento em formato capilarizado para cobrir todo o território; uma negociação única para diminuir a gestão de várias logísticas pelos embarcadores; e racionalização



Colaboração e compartilhamento são as palavras da vez, e ajustar-se a este modelo tem sido uma necessidade para as empresas, conta Trajano, da Solucciona

de custos mediante melhoria de processos e tecnologia.

As empresas que operam neste segmento devem ter o monitoramento da carga, de processos e etapas operacionais totalmente automatizado, segundo Jaime Kras Borges, diretor comercial de POA da Transminuano. “Por ter muita variedade de produtos e códigos, é preciso investir fortemente em tecnologia, como RFID. Isto garantirá total integridade e maximização da roteirização. Com os ciclos de moda, cada vez mais curtos, torna-se imprescindível atender os prazos de entregas no menor tempo”, acrescenta.

Já na visão de Lumare Júnior, da Braspress, não há propriamente

novas exigências, mas, sim, exacerbção de alguns pontos de controle. O fluxo de informações ou, por assim dizer, a rastreabilidade das operações, para ofertar posições de rastreamento, passo a passo, das entregas aos consumidores, tornou-se objeto de fortes preocupações dos embarcadores, levando-os a pressionar seus parceiros de transporte e logística, os quais, por sua vez, passaram a reagir e se posicionar.

“Como? É fato que, com a crise sanitária e o crescimento do e-commerce, o consumidor passou a desejar entregas mais rápidas, assim, os embarcadores passaram a tomar mais cuidado com as promessas de prazo de entrega, especialmente no que toca as compras digitais, passando a pressionar seus parceiros de transporte, os quais, por sua vez, passaram a dosar suas ofertas segundo um conceito que pode ser chamado de ‘calibragem de expectativas’”.

Como o mercado em geral caminha para o conceito de omnichannel – prossegue o diretor comercial da Braspress –, quando as vendas tradicionais e as digitais se integram e passam a operar em conjunto, o consumidor passou a comprar sob diferentes condições de escolha: de oferta de itens disponíveis com mais facilidade; de preços; de tempos de entrega.

“Assim, as ofertas de transporte e logística precisaram ser adequadas a estas demandas diferenciadas, ocasião em que estes prestadores de serviço passaram a se especializar e não mais contando com a condescendência dos clientes. Ou seja, as ofertas de serviços precisam ser mais precisas, porque os erros passaram a ter efeitos muito mais graves nas relações comerciais. E não há dúvida de que essa nova realidade tem forçado mudanças no transporte e na logística”, finaliza Lumare Júnior.

Mudanças

A crise inesperada gerada pelo coronavírus abalou os modelos tradicionais de negócios, conforme analisa Trajano, da Solucion Logística. Da noite para o dia, a cadeia foi interrompida por conta do fechamento de lojas e shoppings, e todo o setor teve de se reinventar.

“Em nosso caso, como maior empresa de transporte cabideiro do país, vimo-nos obrigados a expandir nossa atuação para outros mercados, como fármacos e alimentos. Por sorte vínhamos de um processo de reposicionamento e revisão de nosso planejamento estratégico. O que fizemos foi acelerar sua implantação, fechando contratos em segmentos com desempenho acima da média ainda no primeiro trimestre. Esta diversificação salvou o nosso ano”, revela.

Ele diz, ainda, que o aumento do comércio eletrônico também foi o gatilho para uma descentralização sistêmica de estoques, conversão de inúmeras lojas em mini hubs de distribuição local e logística reversa, e para a transformação digital em todos os elos da cadeia, buscando atender ao aumento na frequência de abastecimento nos pontos de venda com menores volumes de carga.

Trajano explica que a dinâmica do comércio eletrônico demanda um volume sempre crescente dos mais variados produtos e das mais variadas origens, que devem chegar aos clientes o mais rápido possível. Em termos logísticos, o desafio está em aliar os prazos de entrega reduzidos com uma capilaridade de abastecimento cada vez maior, em um país de dimensões continentais – e fazer isto sem um aumento significativo nos custos de transporte. “É uma equação que requer integração ao longo da cadeia, com acompanhamento em tempo real das cargas e permanente contato com o cliente final. Em outras palavras, requer

upgrade tecnológico e digitalização”, acrescenta.

Também o deslocamento de grandes Centros de Distribuição para áreas mais próximas dos centros de consumo era uma tendência entre os grandes grupos varejistas e se intensificou durante a pandemia. “Um indicador inquestionável dessa tendência é o aquecimento do



Lumare Júnior, da Braspress: O consumidor passou a desejar entregas mais rápidas, assim, os embarcadores passaram a tomar mais cuidado com as promessas de prazo de entrega

mercado imobiliário de galpões de médio porte em locais mais próximos dos centros consumidores”, continua Trajano.

Há, ainda, a incorporação progressiva de empresas regionais para atuar no last mile, o uso de modais



alternativos para entrega a domicílio e a conversão de lojas físicas em ponto de experimentação ou entrega. “A combinação destes movimentos desenha o cenário de desafios aos quais os Operadores Logísticos estão tendo de se adaptar para se manterem competitivos no segmento têxtil”, expõe o diretor executivo da Solucion Logística.

Já a TDB, que opera no setor de vestuário somente no canal B2B, ficou com muita mercadoria parada nas unidades operacionais devido ao fechamento dos shoppings e comércio de rua. Sem contar que alguns clientes embarcadores também fecharam e ficou impossível devolver a mercadoria.

“Mesmo sem poder atender o público, alguns comerciantes pediam para entregarmos em suas residências, e então, a questão de agendamento das entregas se tornou fundamental, bem como a readaptação de atendimento nas janelas de abertura permitidas pelos governos estaduais para que pudéssemos entregar as mercadorias”, explica Menegon.

O grande desafio em razão da pandemia, de acordo com Rosa, da ID Logistics Brasil, foi fazer a contratação e o treinamento do time para atender o crescimento repentino da demanda e ainda assim garantir os índices de qualidade e produtividade.

Para Albarello, do Grupo Troca, a grande mudança foi no aspecto sanitário em nível geral e no maior cuidado com a saúde das equipes, clientes e fornecedores. “Está sendo imprescindível conscientizar para que a cadeia não trave e se mantenha em operação. Temos promovido treinamento reforçado das equipes para que possam lidar com as limitações respeitando este novo modelo mais consciente e cuidadoso. Além disso, o crescimento de canais farma e de insumos hospitalares esteve presente de forma muito forte”, expõe.

Têxtil na cabotagem



Para **Teles**, da Log-In, ao combinar os modais, podemos ter uma melhor estrutura para o escoamento de produtos, principalmente o algodão

O mercado têxtil e de vestuário é formado por grandes empresas, e quando falamos em confecção, há mais de 32 mil companhias, a maioria PMES. Este nicho abre oportunidades para a cabotagem movimentar produtos de forma fracionada. “Quando falamos de fios de poliéster saindo do Nordeste em direção ao Sul do Brasil, geralmente segue uma carreta fechada para cinco ou seis indústrias diferentes. Esse é um trecho que pode ser atendido pela cabotagem”, exemplifica Igor Teles, gerente geral de vendas da Log-In Logística Intermodal.

Segundo ele, as indústrias vêm trabalhando com estoques reduzidos. Assim, elas compram em menores quantidades, mais vezes ao longo do mês. O desafio é fazer essa parte do fracionamento: encher um contêiner ou uma carreta não só para uma empresa, mas para quatro, cinco, com produtos diferentes da indústria têxtil. “A cabotagem precisa se aperfeiçoar para esse tipo de operação, tanto na consolidação e distribuição na ponta rodoviária, como também em investimentos em tecnologia de informação,

rastreamento, informação de entrega”, comenta.

Em relação aos fatores que devem influenciar a logística neste segmento, Teles observa que o Brasil exporta muito produtos têxteis, assim como matéria prima. “Independentemente da cabotagem, vejo um avanço da multimodalidade no país. Acredito que, ao combinar os modais marítimo, rodoviário e ferroviário, podemos ter uma melhor estrutura para o escoamento de alguns produtos, principalmente o algodão, tão importante para o segmento e que hoje está basicamente no caminhão. Os projetos de ferrovias no oeste baiano, por exemplo, podem possibilitar o transporte do algodão até o Sul da Bahia usando o trem para conectar os portos”, ressalta.

Outro fator influenciador da logística no setor é a tecnologia. O gerente geral de vendas da Log-In diz que, atualmente, boa parte dos maquinários dessas indústrias vem da Ásia e Europa. “Alguns polos tecnológicos estão avançando no Brasil e isso pode expandir esse mercado, favorecendo a indústria local e, conseqüentemente, a cabotagem”, complementa.

A Log-In atua no segmento têxtil transportando matéria prima, com maior participação em fios, sintéticos e poliéster. A companhia faz o transporte via cabotagem desses insumos do Nordeste para as regiões Sul e Sudeste e também para o Mercosul, através da rota Atlântico Sul, que tem uma operação regular. “Para 2021, temos uma perspectiva positiva, já que há uma projeção de alta no PIB, além de um maior consumo da população por meio do indicador de consumo das famílias”, finaliza.

Para Valeria, da Transportadora Risso, a principal mudança também foi com relação aos cuidados com a contaminação do vírus, sendo necessário o constante treinamento junto aos colaboradores para as práticas de higiene e distanciamento social, garantindo a coleta e a entrega do material de forma rápida e segura. Borges, da Transminuano, observa que, com a pandemia, houve retração no canal de vendas B2B. No entanto, empresas do setor têxtil e de vestuário, que focaram mais no B2C, aumentaram suas vendas via e-commerce. “As transportadoras e os Operadores Logísticos que mudaram sua estrutura e/ou criaram novas divisões exclusivas para atender esta modalidade de vendas viram um crescimento exponencial na demanda de cargas. Foi nosso caso, pois tivemos no segundo semestre um bom crescimento neste segmento”, declara.

Houve mudanças, mas a evolução não para e novos desafios surgem a cada momento para o segmento, expõe Mírian, da Transrefer. “A pandemia colocou à prova a capacidade de adaptação a novos momentos econômicos e sociais, desafios que o setor têxtil e de confecção precisa contornar para sobreviver e se destacar no mercado, neste e nos próximos anos”, salienta.

Lumare Júnior, da Braspress, também lembra que as mudanças tiveram origem nas alterações nos modos e hábitos de consumo. A começar pela queda da demanda de itens cujo consumo podia ser adiado, mas também pela mudança de hábitos e de uma maior preservação da renda, na medida em que o consumidor passou a consumir com mais consciência, o que levou à redução da quantidade de coleções por ano, e mesmo em sua composição, que passou a ser mais enxuta e seletiva. “O transporte e a logística são caixas de ressonância dessas mudanças e têm como mister se adaptar a elas.”

Logística têxtil: Embarcadores se adaptam e investem para atender as mudanças vindas com a pandemia

E, para eles, estas mudanças vieram para ficar. É a nova dinâmica do mercado, que exige cada vez mais resultados rápidos em um tempo menor de resposta, com tecnologia e precisão da informação.

Jangadeiro Têxtil: Torre de controle auxilia no planejamento diário de atividades

A Osasuna Participações, mais conhecida pelo nome fantasia de Jangadeiro Têxtil, fabrica produtos únicos em tecidos de malharia e tecidos planos, tintos e estampados, em estamperia rotativa, digital e digital paper, com diversos tipos de acabamentos e usando diferentes matérias primas, como algodão e fibras artificiais e sintéticas.

Quem explica o processo logístico da empresa é Sabino Pereira Lopes, coordenador de Logística. Ele inicia dizendo que usam transporte próprio (10 caminhões) e transporte terceirizado (11 transportadoras credenciadas). “A escolha nesse formato é para garantir as entregas em no máximo 48h para os clientes no entorno até 40 km da fábrica e atender os clientes estratégicos de grande volume em Pernambuco. Para as demais regiões do país, utilizamos as transportadoras terceirizadas que têm mais capilaridade de entrega, entre elas a Gartran Logística, a Jamef Encomendas Urgentes, a Termaco Logística, a Leite Express, a Odin Transportes, a RTL Encomendas Urgentes, a Transportadora Econômica Eireli, a Latam Cargo, a Gollog, Transpotyguar Logística e Brasil Cargas Express.”

Lopes também destaca que, diariamente, entre frota própria e terceirizada, são utilizados em torno de 27 veículos. Já para viagens, são utiliza-

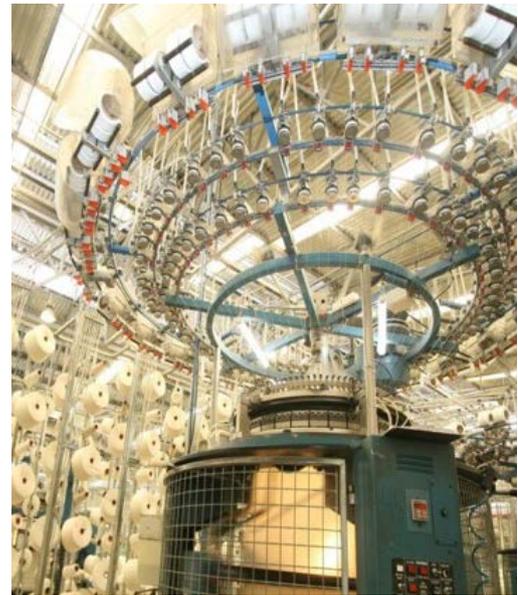


Segundo Lopes, a Jangadeiro atua com rapidez no atendimento, que é reconhecida pelo mercado, tecnologia da informação e com operação multimodal

dos um veículo próprio fixo e três terceirizados. Os veículos partem da fábrica em Maracanaú, CE, diariamente para entregas em Fortaleza e Região Metropolitana, além do interior do Ceará. Partem também diariamente para Pernambuco, São Paulo, Rio de Janeiro e Santa Catarina. A cada dois a três dias partem para Paraná, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Piauí, Rio Grande do Norte, Paraíba e Goiás. “Utilizamos o modal marítimo para importação, principalmente da China, via porto do Pecém, no Ceará. Ele é usado para trazer insumos, principalmente fio têxtil, para o nosso parque fabril no distrito industrial

de Maracanaú. E também usamos o modal aéreo, para atender a demanda de aprovações de amostras de tecidos e testes de materiais correlatos têxteis.” Quanto aos Centros de Distribuição, são utilizados quatro armazéns próprios, com módulos entre 5.000 m² e 18.000 m², também localizados em Maracanaú.

Desafios – Reportando-se aos maiores desafios logísticos enfrentados pela empresa, o coordenador de Logística é enfático: ter fornecedores com índice de qualificação adequado e estrutura operacional capaz de atender às demandas da indústria e a variação cambial (dólar), que leva ao aumento dos valores dos insumos importados e dos serviços de



fornecedores, especialmente da cadeia logística de transporte.

“Para resolver esta questão, seria preciso investimento em qualificação técnica e no nível de serviço da equipe, investimento em tecnologia da informação e inovação, investimento e renovação da frota e melhorar a produtividade para ter preços competitivos.

Neste contexto, Lopes ressalta os diferenciais da logística deste segmento em comparação à de outros setores: Ter dinamismo operacional e multimodal para atender aos clientes no menor prazo possível. Ter integração global com fornecedores, especialmente da Ásia.

“Tanto isto é fato que a Jangadeiro atua com rapidez no atendimento, que é reconhecida pelo mercado (entrega rápida), com produtos de qualidade (assertividade e integridade na entrega), com tecnologia da informação (rastreadabilidade/relatórios de monitoramento) e uma operação multimodal (rodoviária/aérea/marítima).”

E, para “manter” esta logística, é utilizada, por exemplo, uma torre de controle, que auxilia no planejamento diário de atividades, no controle individual de demandas, na organização precisa sobre horário, local, quantidade de coletas e entregas. E ajuda também na correção de eventuais gargalos com maior celeridade e no

monitoramento das atualizações de status das operações em tempo real.

Pandemia – Já se reportando ao período mais crítico da pandemia, o coordenador de Logística aponta o que mudou: houve redução de equipe, aumento de produtividade, investimento em tecnologia de informação e maior capacitação da equipe para atender às exigências e maior celeridade operacional de entrega dos clientes.

“Estas mudanças vieram para ficar. É a nova dinâmica do mercado, que exige cada vez mais resultados rápidos em um tempo menor de resposta, com tecnologia e precisão da informação”, finaliza Lopes.

Track & Field: Estratégia de distribuição cabe aos parceiros



Wellington, da Track & Field: A logística é primordial no grau de satisfação do cliente, garantindo tempo de atendimento de pedidos online e abastecimento de lojas perfeitos

No caso da Track & Field – que oferece vestuário, calçados e acessórios para um estilo de vida mais saudável – é utilizado um Operador Logístico para fins de armazenagem e transporte terceirizado para abastecimento de lojas, entregas do B2C e abastecimento de fabricas. As empresas parceiras são a Sequoia, Global Cargo, Movvi, Via-Brasil e a Aluri.

“Como utilizamos transporte fracionado, a malha de veículos fica a cargo da estratégia de distribuição de

cada parceiro. Temos lojas e clientes online para todo Brasil. E também utilizamos o modal aéreo em regiões onde uma entrega ágil se faz necessária”, explica Wellington Souza Celestino, gerente de Logística da Track & Field. Ele também destaca que a empresa conta com um CD localizado na Cidade de São Paulo com aproximadamente 6.000 m².

Desafios – Falando sobre os desafios logísticos enfrentados, Wellington diz que, no caso específico de varejo moda, a logística é parte importante no grau de satisfação do cliente, garantindo um tempo de atendimento de pedidos online e abastecimento de lojas perfeitos. Cada vez mais a experiência de compra é item importante na decisão do consumidor e a logística importantíssima neste sentido. “Para conseguir isto, é preciso investimento, conscientização das partes envolvidas e capacitação dos parceiros inseridos no processo. Afinal, o varejo moda é muito dinâmico. O tempo do ciclo de recebimento, processamento e entrega é fator primordial de sucesso. Vejo toda a cadeia de logística têxtil mais dinâmica e ágil do que em alguns outros setores.”

No caso específico da Track & Field, a logística apresenta alguns diferenciais, como operações de Centro de Distribuição organizadas, ágeis e com processos bem definidos e entregas cada vez mais rápidas – tanto para abastecimento de lojas quanto no cliente online. “Para isso, utilizamos WMS e TMS. E entendemos que informação hoje é fator de sucesso em qualquer cadeia logística de sucesso. Tecnologia traz a segurança necessária para isto.”

Pandemia - Durante a fase mais crítica da quarentena, a Track & Field teve que se reinventar, segundo conta o gerente de Logística. Com as lojas físicas fechadas, o volume de vendas online cresceu, refletindo em uma mudança de perfil operacional. Esta adaptação rápida foi primordial para manter o nível de atendimento e a participação logística na experiência de compra. “Estas mudanças vieram para ficar. Muitas das empresas que estão home office vão manter este formato ou buscar um formato híbrido. Sendo assim, cada vez mais o canal online vai exigir maior experiência. Logística está ligada diretamente a isto”, completa Wellington. Logweb

O papel e a importância da **Inteligência Artificial** na logística em tempos de pandemia

O coronavírus acelerou o uso de tecnologias como a IA, que permite otimização de custos com fretes e rotas, automação de processos burocratizados, análise preditiva e até o uso de robôs e drones.

A pandemia da Covid-19 impactou fortemente os negócios em todo o mundo. As empresas, do dia para a noite, do fabricante até o varejista, depararam-se com uma disrupção nunca antes vista. A logística já era importante para os negócios online B2C e B2B, que vinham crescendo ano a ano, e que tinham criado desafios logísticos cada vez mais complexos. Entretanto, a pandemia acelerou todo este processo.

Quem introduz esta matéria especial sobre Inteligência Artificial na logística, assunto tão fundamental para os dias de hoje, é Miguel Alvarez, VP Industry Latam da Blue Yonder. Ele recorda que há um ano começou a crise sanitária na China: problemas para receber produtos, suprimentos e peças fabricadas no país, forte demanda de produtos health, vindos principalmente da Ásia, e fábricas nacionais paradas por falta de insumos. Ou seja, os responsáveis pelo planejamento das diferentes áreas da empresa – demanda, distribuição, produção e montagem, importações e compras, operação, recursos, etc. – tiveram de ajustar as operações às novas condições para poder processar informações provenientes de várias fontes. Por outro lado, apareceram consumidores ávidos por compras



Alvarez, da Blue Yonder: "Existe a boa IA, que tem algumas características: explicável, interconectada, dinâmica, automatizada e escalável"

online devido ao fechamento das lojas. De uma hora para outra, pessoas em home office começaram uma busca frenética por computadores e outros produtos para adaptar seu lar e serem mais funcionais. "Uma disrupção total do mercado global que só pode ser equacionada com tecnologia de ponta, baseada na Inteligência Artificial", explica.

Para Alvarez, o valor que a IA tem conseguido agregar à logística baseia-se nos três pilares deste tipo de solução. Primeiro, capacidade de consumir um grande volume e a diversidade de dados e sinais gerados a partir de fontes distintas. Segundo, a capacidade dos mo-



delos para entender estes sinais e ser capaz de entregar resultados ótimos, alinhados com a estratégia e as prioridades da empresa e, terceiro, a capacidade de processamento e escalabilidade da plataforma na nuvem.

“Como exemplo, a Blue Yonder criou uma solução de Centro de Crise para ajudar os clientes, inclusive, oferecendo ferramentas para acelerar a transformação digital. Empresas de todos os setores entenderam que a logística, mais do que nunca, precisava estar no centro do negócio para a sua sobrevivência e ajudar o mercado a superar a crise”, expõe.

Sem dúvida nenhuma, quando as entregas foram normalizadas e até melhoradas, a Inteligência Artificial foi a base para cumprir os prazos e normalizar as entregas. “Só chamamos a atenção para um ponto, existe a boa IA, que tem algumas características: explicável, interconectada, dinâmica, automatizada e escalável. Com ela, a logística traz muita diferença no momento em que a empresa faz o seu balanço”, complementa o VP Industry Latam da Blue Yonder.

Rastreamento e tomada de decisão

Expressivas mudanças foram impostas no cotidiano das pessoas e na operação das empresas e entidades governamentais, como a adoção de medidas sanitárias, a redução da jornada de trabalho e as restrições da circulação de pessoas. Essas situações demandam soluções também disruptivas que podem ser resolvidas com o emprego de sistemas avançados com Inteligência Artificial, como conta Eliel Fernandes, CEO da Buonny Projeto e Serviços.

“Uma das aplicações mais estratégicas adotadas em alguns países, infelizmente não no Brasil, foi o controle da movimentação das pessoas, mapeando a disseminação do vírus através do rastreamento daque-

las diagnosticadas positivamente”, lembra o entrevistado.

Fernandes diz que é preciso reconhecer que o uso de IA no Brasil ainda é incipiente, especialmente na logística. “Na verdade, a nossa carência logística é mais básica, sequer necessitaria de IA para ser muito melhorada, como se constata no processo de aquisição e distribuição das vacinas e seringas para imunização da Covid-19”, observa.

Segundo Lilio de Souza Rocha Neto, evangelizador em inovação da DHL Supply Chain, a IA destaca-se princi-



Rocha Neto, da DHL Supply Chain: “Temos muitas informações nas empresas, o famoso big data, mas o importante é o beautiful data, o dado bom!”

palmente na velocidade com que as informações são tratadas e no que é chamado de higienização dos dados. “Isso porque a tecnologia auxilia a comunicação/interação das áreas dentro das empresas, por exemplo, vendas e logística, ou mesmo Centro de Distribuição e transportes, agilizando a resolução de ocorrências e a falta de dados. Atualmente, temos muitas informações nas empresas, o famoso big data, mas o importante é o beautiful data, o dado bom!”, analisa.

Para Rocha Neto, selecionar de forma rápida a melhor solução é questão importante. E isso propicia uma tomada de decisão mais assertiva, elevando assim os níveis de serviço e produtividade.

Gestão a distância

A Inteligência Artificial imita a capacidade humana de raciocinar e já se tornou uma realidade nas operações, aliada a outros sistemas e conceitos, como Internet das Coisas (IoT), big data, machine learning e computação na nuvem, conta, por sua vez, Lucas Moura, diretor de crescimento da e-Vertical Tecnologia.

“Essa combinação oferece muitas possibilidades de execução de tarefas e desenvolvimento de outras tec-



Moura, da e-Vertical Tecnologia: “A IA imita a capacidade humana de raciocinar e já se tornou uma realidade nas operações logísticas”

nologias voltadas ao melhor gerenciamento de um negócio”, explica. Por conta das práticas de distanciamento social e o risco do toque em superfícies possivelmente contaminadas, a pandemia do novo coronavírus acelerou a aplicação do conceito touchless, tornando os processos cada vez mais digitais. “O acesso remoto também é um grande diferencial nesse cenário, pois o gestor tem o total controle das operações mesmo quando não está fisicamente nas dependências da empresa”, complementa Moura.

Parte das grandes tendências que a Edenred Brasil identificou no setor logístico está no aspecto da multimobilidade, ou seja, as novas ne-

cessidades da mobilidade urbana aceleraram a adoção de algumas mudanças de comportamento das pessoas e das empresas, que, em um cenário que não envolvesse a pandemia, poderiam levar mais algum tempo para acontecer, observa Jean-Urbain Hubau, diretor-geral da divisão de Frota e Soluções de Mobilidade da companhia.

Na Ticket Log, uma das marcas da Edenred, por exemplo, foi constatado que as empresas que gerenciam frotas urbanas necessitavam de uma gestão ainda mais eficiente das despesas de mobilidade, abastecimento e manutenção. Além disso, foi preciso agir rapidamente na preparação de toda a operação das companhias para que elas funcionassem no formato remoto.

“Por isso, a Ticket Log ampliou gratuitamente os recursos da EVA (Edenred Virtual Assistant) e do TED, baseado em Inteligência Artificial. O intuito era garantir que as operações continuassem rodando com mínimos impactos, de modo eficiente e sem aumentar as horas de trabalho”, explica.

Segundo Hubau, de forma geral, a IA possibilita que as empresas conduzam seus negócios a distância, que sistemas se autogerenciem e que processos críticos para o dia a dia de uma sociedade não parem.

Previsibilidade

A IA tem, essencialmente, dois grandes focos de atuação: classificação e previsão, como explica Cassius Tadeu Scarpin, consultor da Nimbi.

Ela é usada para modelos preditivos, para compreender a relação de variáveis que influenciam em determinado processo. A importância está em poder antecipar ações para reduzir o custo da operação ou obter o máximo retorno.

Determinação do tamanho e tipo de frota, frequência de entregas, roteirização, geração de informações logísticas para acompanhamento de coletas e entregas são exemplos de operações que podem ser melhor

planejadas com modelos de IA para identificação do consumo futuro de determinado produto ou serviço.

Fabrizio Santos, especialista em logística da MáximaTech e onBlox, diz que a pandemia de Covid-19 mostrou a todos a necessidade de estarmos mais preparados para cenários adversos e repentinos. E essa preparação/adaptação passa justamente por conseguir antecipar esses cenários.

“A IA, a partir de big data, por exemplo, contribui para a análise de variações que apontam para o risco



Para **Scarpin**, da Nimbi, a importância da IA está em poder antecipar ações para reduzir o custo da operação ou obter o máximo retorno.

de uma catástrofe, conseguindo estabelecer algo mais próximo da real dimensão do problema e engatilhando medidas, inclusive automáticas já programadas, de contenção e solução para não parar nenhuma operação de distribuição”, explica.

Em um mundo globalizado, com trocas comerciais, como o atual, isso é extremamente positivo. “Imagine conseguir prever uma mudança que impacta na compra de matéria prima por parte de uma indústria, ou até cataclismas que interferem em suas rotas de entrega? Hoje, a maioria das empresas tem suas análises baseadas em tempos fixos e dados pré-selecionados. Com a AI, isso se torna mais amplo,

pois as análises podem ser mais dinâmicas”, expõe Souza.

Outro benefício relacionado com o uso de IA, ainda segundo o especialista em logística da MáximaTech e onBlox, está relacionado com a redução de pessoas na operação em um momento em que se deve evitar aglomerações. “Além disso, acessar dados atualizados de índice de casos em um determinado local poderia mudar a estratégia de entrega, que seria completamente autônoma, de ponta a ponta do processo, desde a separação. Claro, esse é um cenário mais futurista, mas com dados instantâneos e até procurando prever o cenário de 14 dias à frente, a logística poderia se redesenhar para não parar seu atendimento”, conclui.

Em tempos de pandemia e corte de gastos, o uso da IA para redução de custos tornou-se essencial, principalmente quando é possível reconhecer eventos que ainda não aconteceram, mas têm 90% de chances de ocorrerem dentro dos próximos três meses, como manutenção em veículos. “Casos como estes dentro de uma frota podem quebrar uma cadeia logística”, expõe Daniel Schnaider, CEO da Pointer by Powerfleet Brasil.

Ele diz que a IA tira a surpresa desagradável e dá lugar ao planejamento estratégico com a manutenção preventiva. Outra solução que a IA trouxe ao impacto da pandemia para o setor logístico foi a gestão de tempo com o armazenamento e o controle de processos em tempo real.

O tempo tornou-se um grande desafio, principalmente para os setores de produtos perecíveis e bioquímicos, como o caso das vacinas. “Soluções para a gestão de controle de fluxo, rotas, produtividade dos processos, bem como previsão de riscos, estoques e segurança da carga foram essenciais para que as mercadorias alcançassem seu destino com sucesso”, complementa Schnaider. Além, claro, do uso da tecnologia para redução e prevenção

de acidentes, o que obviamente salva vidas, evita a perda de produtos, reduz custos com sinistros e, por fim, evita desconfortos para os clientes.

“Para a sociedade, a IA tem permitido entregar soluções que conseguem reconhecer a forma como o condutor age, se está de acordo com as leis de trânsito, se está levando alguém irregularmente na cabine do caminhão e se fala ao celular enquanto dirige, por exemplo”, acrescenta o CEO da Pointer by Powerfleet Brasil.



Nascimento, da GKO: “Sem a aplicação de IA, analisar grande quantidade de dados e identificar tendências seria praticamente inviável”

Automatização

A IA, cada vez mais, imerge na sociedade em processos de automatização de tarefas. Na logística, torna-se indispensável. “Com a restrição de circulação de pessoas devido à pandemia, o comércio eletrônico sofreu uma alta significativa, demandando algumas adaptações na logística, por exemplo, a contratação de novos recursos. O setor, então, precisou adaptar-se a uma nova realidade. Buscar apoio na IA foi um diferencial”, destaca Rodolfo Nascimento, coordenador de produto da GKO Informática. O uso de algoritmos de IA que, por meio da análise dos dados,

detectam anomalias referentes ao crescimento exponencial de serviços, permitiu que a área de transportes concentrasse seus esforços em segmentos que passaram a ser prioridades durante a pandemia (como a telefonia), proporcionando maior qualidade e aumento no faturamento, caminhando na contramão da crise.

“Sem a aplicação de IA, analisar minuciosamente grande quantidade de dados e identificar tendências seria praticamente inviável”, adiciona. A IA tem se mostrado um fator di-



Cleverson da LogComex: “A IA tem se mostrado um fator diferencial na chamada Logística 4.0, trazendo a transformação digital para o setor”

ferencial na chamada Logística 4.0, revolucionando o mercado e trazendo a transformação digital para o setor, principalmente nesse período de pandemia, em que processos e fluxos tiveram de ser revistos para a própria sobrevivência dentro das empresas, em meio a um mercado cada vez mais competitivo. É o que diz Cleverson Orlando Cachoeira, cientista de dados na LogComex. A principal importância na adoção de uma IA é proporcionar vantagem tecnológica para as empresas, de forma a maximizar os lucros e diminuir os gastos durante a cadeia logística, resume. “Suas aplicações vão desde a utilização de informações mais assertivas

vindas de cruzamentos de diversas bases, otimização de custos com fretes e rotas, automação de processos burocratizados, análise de concorrência de mercado, até a utilização de novas tecnologias, como robôs e drones no armazenamento, na distribuição e na entrega de produtos”, exemplifica Cleverson.

Ivan Soares de Paula e Silva, engenheiro de Desenvolvimentos e Aplicações da Newtec Tecnologia Aplicada, vê os hardwares de telemetria e rastreamento com um papel crucial na logística de medicamentos, vacinas e em toda a cadeia de suprimentos.

“Uma solução de IA envolve várias tecnologias, como redes neurais artificiais, algoritmos e sistemas de aprendizado. Algoritmos estes que podem traçar as melhores e mais seguras rotas de distribuição, fazendo com que os produtos fiquem dentro de critérios de qualidade, como temperatura e pressão etc., chegando com segurança em seu destino”, conta.

Juntamente com a telemetria, as soluções de videomonitoramento para veículos evoluíram muito no sentido de mapear a face do condutor e conseguir monitorar o seu estado de fadiga, gerando alertas em tempo real e evitando acidentes. “Neste momento de pandemia, em que todos precisam utilizar máscaras o tempo todo, o sistema consegue analisar se o condutor está protegido ou não enquanto está no veículo”, acrescenta Silva.

Diferencial competitivo

Igor de Freitas Fonseca, product manager da Pontaltech, acredita que, após a Covid, a Inteligência Artificial estará para o mundo como uma utility, assim como foi a eletricidade nas primeiras ondas da Revolução Industrial após a Gripe Espanhola. “Como veículo para outras tecnologias, usando dados (transacionais ou interpretativos) como petróleo, o motor IA externa nossa imagem e semelhança. Entretanto, no sentido

do design humanizado, ainda temos muito a melhorar”, conta.

Fonseca diz que em mercados como o de logística, no qual a eficiência das execuções técnicas demandam alta quantidade de dados, repetições e busca de padrões, a Inteligência Artificial é um diferencial competitivo nas categorias: gestão de logística (gestão de carga, frota e entrega); estoque (estoque 2.0 e estoque last mile); entrega (door to door e entrega last mile); logística reversa (resíduos e embalagens) e marketplace de frete.

“A medida que a pandemia varreu o mundo, as empresas tiveram de reavaliar sua abordagem sobre tudo. Neste novo contexto, aceleramos a digitalização da sociedade e, para o desespero de alguns, não sabemos mais de onde vem a concorrência”, analisa.

De um lado há as esferas cognitivas, chatbot e voicebot para oferecer uma interação humanizada e experiências mais resolutivas. Do outro lado, estão as vertentes de big data, machine learning e modelos de propensão/segmentação de clientes para criar insights e elevar a qualidade dos dados nas tomadas de decisões para as áreas de negócio, marketing, etc.

Acima de tudo, até 2022, as empresas devem investir US\$ 78 bilhões em Inteligência Artificial em várias finalidades, e já existem cases de sucesso em logística. Segundo o report da Distrito (plataforma de inovação para startups, corporações e investidores), de 2012 até hoje, as startups de IA atraíram US\$ 839 Mi em 274 rodadas de investimentos. Em 2020 foram 44 aportes que captaram US\$ 365 Mi. Desde 2011, foram investidos US\$ 1.3 Bi em Logtechs – startups com foco em logística, no Brasil.

“Há também 702 startups que trabalham diretamente com IA, e ainda temos muito para crescer. Existe uma ótima relação da logística com a Inteligência Artificial face à com-

plexidade, necessidade de agilidade e margens mínimas para operar neste setor”, completa o product manager da Pontaltech.

Gestão de estoque

“Quando eu aplico AI no meu plano de logística, tenho processos mais eficientes. Isso significa ter uma atuação mais escalável, mais ágil e, portanto, mais eficiente. Com a Inteligência Artificial eu consigo planejar melhor e direcionar as minhas



Silva, da Newtec: “Uma solução de IA envolve várias tecnologias, como redes neurais artificiais, algoritmos e sistemas de aprendizado”

demandas. Um processo que envolve menos pessoas, portanto mais enxuto e econômico”, compartilha Anderson Benetti, head de Produto WMS e TMS na Senior Sistemas.

Ele diz que a grande vantagem do uso de Inteligência Artificial na gestão de estoques é que, quanto mais assertivo, sem que haja quebra no processo de vendas, mais eficiente. Um ponto que foi fundamental durante a pandemia, já que o consumo online teve um crescimento significativo.

“Portanto, a IA deve prever comportamento de consumo, eventos sazonais, tempo, entre outras questões que podemos programar. Todos esses pontos podem trazer uma variação para o estoque de uma empresa”, explica.

Com a previsão, conseguimos ter o produto certo, no momento certo para ele ser consumido. “Ou seja, comprar o que o estoque necessita na quantidade necessária é um diferencial enorme para a gestão de qualquer negócio no varejo.”

Automação, inovação e escala

De forma geral, a IA é uma oportunidade de potencializar a capacidade humana de trabalho, para empode-



Fonseca da Pontaltech: “Existe uma ótima relação da logística com a IA face à complexidade, necessidade de agilidade e margens mínimas para operar”

rar o colaborador, automatizar tarefas repetitivas e ter ganho de escala e agilidade na produtividade, explica Vinícius Abreu, gerente de TI da Log-In Logística Intermodal.

Por exemplo, uma pessoa que não domina o inglês vai conseguir estudar um paper se usar o Google Translator. Isto é, o Google Translator, como uma ferramenta de Inteligência Artificial, tem o poder de aumentar a capacidade humana de trabalho.

Tendo em vista o impacto do aumento das operações de varejo omnicanal, principalmente no que toca o e-commerce, as operações logísticas têm usado diversas aplicações de Inteligência Artificial: robôs para movimentação de materiais, aplicações de realidade



Benetti, da Senior: “A vantagem da IA na gestão de estoques é que, quanto mais assertivo, sem que haja quebra no processo de vendas, mais eficiente”



Arbex, da TIBCO: “Soluções, produtos e serviços baseados em IA permeiam diversas etapas da cadeia logística, levando automação, inovação e escala”

umentada para otimização dos processos de picking, inventários com drones e RFID com retroalimentação das informações para abastecimento e enriquecimento do negócio, lista Levi Ferreira Lima Junior, engenheiro de Vendas da Zebra Technologies Brasil.

“Soluções, produtos e serviços baseados em IA permeiam diversas etapas da cadeia logística, levando automação, inovação e escala para as empresas desse ecossistema, in-

cluindo organizações que atuam na linha de frente no combate à pandemia”, expõe Márcio Arbex, diretor de pré-vendas da TIBCO para a América Latina.

Essa tecnologia é usada desde a contratação, treinamento e monitoramento de funcionários da cadeia logística até a definição da melhor rota possível para cada entrega. “A IA permite repensar o inventário físico com uma perspectiva em tempo real, além de projetar, precificar e

promover produtos de maneira mais inteligente, permitindo tomadas de decisão rápidas”, adiciona Arbex.

Com a pandemia, a maioria dos clientes do TCP – Terminal de Contêineres de Paranaguá, PR, adotou o home-office, e a empresa também. “Com isso, buscamos melhorar nossos canais de atendimento para dinamizar as interações e manter a qualidade no suporte mesmo com nossas equipes remotas”, conta Thomas Lima, diretor comercial e institucional.

A Inteligência Artificial foi peça chave nesse movimento: a TCP investiu no atendimento via Whatsapp e Chat no Portal do Cliente, estreitando o contato com os atendentes. “Além disso, desenvolvemos a nossa assistente virtual, a Tati, com o objetivo de auxiliar em dúvidas frequentes e agilizar a execução de serviços”, ressalta.

“Com a Inteligência Artificial foi possível automatizar diferentes funções de forma a proteger nossos colaboradores e também facilitar diversos processos internos de registro de produto, despacho e afins”, revela, por sua vez, Guilherme Juliani, CEO do Grupo Flash Courier.

Alessandro Souza, CTO da Kangu, diz que a Inteligência Artificial integrada com outras tecnologias e fontes de dados é o que está sendo aplicado nos dias de hoje. “Dados de trânsito, previsão de tempo e horários de pico, por exemplo, quando conectados com outras informações, possibilitam otimizar cada vez mais a operação”, opina. Logweb

GOSTOU? QUER SABER MAIS?

Acompanhe as próximas publicações da *Logweb*, que trarão a **continuação do tema**, abordado por estes mesmos especialistas no uso da **Inteligência Artificial na logística**.

ACESSE
www.logweb.com.br

As alterações no código de trânsito brasileiro e o TRC

A logística de carga tem no transporte rodoviário um modal extremamente importante para o abastecimento da sociedade, e por isso a legislação de trânsito, que disciplina as regras de tráfego de veículos automotores nas vias públicas, ocupa papel relevante na gestão das empresas de transporte. Pois é em cima de um veículo de carga e com o profissional motorista que se materializa boa parte da logística de carga em qualquer parte do mundo, e o Código de Trânsito Brasileiro é o instrumento que normatiza o papel desses grandes atores (veículo e seu condutor).

O atual Código de Trânsito Brasileiro é de 1997 e, nesses 24 anos de vigência, o mesmo vem prestando relevantes serviços para a organização do trânsito brasileiro, mas o tempo que se passou vem cobrando uma atualização do citado diploma legal, e nesse sentido, no dia 14.10.2020 veio a lume a Lei nº 14.071/2020, que tem por objetivo cumprir esta missão.

Piçamos na citada lei nove temas que julgamos importantes para a gestão das empresas que utilizam o modal rodoviário de cargas para implementar sua logística de abastecimento de cargas. O primeiro tema é sobre quando as novas regras entram em vigor, pois a citada Lei nº 14.071/2020 determina, em seu artigo 7º, que

a mesma só entrará em vigor 180 dias após sua publicação. A publicação no *Diário Oficial da União* foi no dia 14.10.2020, o que significa que no dia 12.04.2021 os seus preceitos entrarão em vigor. Assim, tudo que escrevemos aqui sobre as alterações no Código de Trânsito Brasileiro só valerão a partir desta data.

O segundo tema é sobre o prazo de validade da Carteira Nacional de Habilitação, que aqui trataremos como CNH, que a partir do dia 12.04.2021, para os motoristas com idade entre 18 a 49 anos, valerá por dez anos; para os motoristas com 50 a 69 anos, a mesma valerá por cinco anos; e para os motoristas com 70 ou mais anos, a CNH valerá

por três anos. Assim, quem for obter a CNH ou renová-la a partir do dia 12.04.2021, esses serão os novos prazos de validade da mesma.

A CNH poderá ser expedida por meio físico ou digital, à escolha do motorista, porém o CONTRAN terá que regulamentar. O porte da mesma poderá ser dispensada se o agente de trânsito tiver acesso ao sistema uniformizado de condutores habilitados, e os DETRANs terão que avisar com trinta dias de antecedência o motorista sobre o vencimento da validade de sua CNH.

O terceiro tema é o exame toxicológico, que continua a ser obrigatório para os motoristas com CNH nas categorias C, D e E, que não poderão renovar a validade da mesma se o exame der positivo. Os motoristas com idade até 69 anos terão que fazer este exame a cada 2 anos e 6 meses. O direito à contra-prova, em caso de o exame dar positivo, não terá efeito suspensivo, ou seja, o recurso pedindo novo exame não inibirá a aplicação de multa ou a não renovação da CNH. A multa para quem tiver o exame toxicológico vencido há mais de 30 dias terá o valor de R\$ 1.467,35, o que equivale à multiplicação do valor da multa gravíssima por cinco, além de sete pontos na CNH.



Adauto Bentivegna Filho
Assessor jurídico do SETCESP

O quarto tema é sobre a pontuação, que também terá modificações substanciais, em especial para o motorista profissional. Assim, a partir do dia 12.04.2021, para haver a suspensão da CNH por acúmulo de pontos no período de 12 meses, ela só ocorrerá se o motorista alcançar 20 pontos e tiver duas ou mais infrações de natureza gravíssima; ou se chegar a 30 pontos e tiver uma infração gravíssima; ou 40 pontos sem infração gravíssima. Para o motorista que exerce atividade remunerada ao veículo, a suspensão da sua CNH só ocorrerá se no período de 12 meses alcançar 40 pontos, independentemente da natureza da infração. O CONTRAN irá regulamentar a possibilidade de este profissional fazer curso preventivo de reciclagem quando chegar aos 30 pontos, podendo zerar assim esta contagem ao fazer este curso.

O quinto tema é sobre a pena de advertência, que não mais ficará a critério da autoridade de trânsito de converter ou não multas de trânsito na citada pena. Desta forma, se o motorista teve multa de natureza leve ou média e durante os dozes meses anteriores não teve outra infração de trânsito, poderá pedir para converter a multa em pena de advertência, o que significará que não precisará pagar a multa e nem terá contagem de pontos no seu prontuário.

O sexto tema é sobre a criação do Registro Nacional Positivo de Condutores – RNPC, que tem por objetivo criar um cadastro de motoristas que não cometeram infração de trânsito sujeita a pontuação nos últimos 12 meses. Para participar deste cadastro o

motorista terá que requisitar, e o acesso aos nomes que constam do mesmo será de forma pública, conforme regulamentação do CONTRAN.

O motorista que tiver seu nome no RNPC poderá ter vantagens tarifárias ou benefícios fiscais, conforme legislação de cada ente da Federação.

O sétimo tema é sobre a retenção do veículo na via pública por parte da autoridade de trânsito. Hoje, se o veículo apresentar algum defeito em trânsito, compete à autoridade de trânsito liberar ou não o veículo para se consertar o problema. Porém, quando as alterações entrarem em vigor, a autoridade de trânsito deverá (e não mais poderá) liberar o veículo se o defeito não comprometer a segurança viária. Entretanto, a autoridade de trânsito irá reter o Certificado de Registro do Veículo e dará prazo de até 30 dias, para o motorista resolver o problema.

O oitavo tema é o recrudescimento da criminalização da pena de homicídio culposo ou lesão corporal culposa cometida por motorista embriagado ao volante. A pena que deverá ser aplicada pelo Poder Judiciário é de reclusão, cujo tempo de prisão será de 2 a 5 anos, ou seja, não haverá mais pena alternativa como de doação de cesta básica, trabalho comunitário etc.

E o nono e último tema é a proibição de se renovar o licenciamento do veículo que no prazo de um ano não atender ao pedido do fabricante para reparo ou conserto de peças do veículo. A informação sobre o pedido do fabricante do veículo para fazer os reparos constarão do Certificado de Licenciamento Anual. Logweb

A Translift Intralogística 4.0, está oferecendo ao mercado brasileiro uma nova geração e AGVs empilhadeiras com **Navegação Visual**, baseado em câmaras 3D.

Este moderno e eficiente conceito dispensa a necessidade de instalação de refletores, fitas magnéticas, pinturas no piso, sistema de indução ou modificação do local de aplicação pois utiliza tecnologia de Navegação Visual.

A flexibilidade se destaca pois seu projeto permite ampliação ou redução do numero de veículos operando no sistema, facil configuração de rotas, possibilitando o transporte de materiais a uma quantidade de localização diversas, bem como mudança de lay out de circulação, sem impacto na produtividade aliado a uma significativa redução de custo e trabalham 24/7 dias.



AGV Transpaleta



AGV Empilhadeira



AGV Empilhadeira Retrátil



AGV Empilhadeira Slim



AGV Transpaleta Compacto



AGV Empilhadeira Patolada

GEFCO Brasil

A GEFCO Brasil comunica que Fernando dos Reis Pinto assumiu a liderança do grupo no Brasil. Fernando iniciou a sua carreira no setor de serviços de TI e, após uma sólida experiência em uma multinacional francesa como CFO, ingressou na GEFCO em 2000 como diretor Financeiro. Em 2007 assumiu a direção geral da GEFCO Portugal onde permaneceu até 2015. Em 2015, assumiu novo desafio como diretor Geral da GEFCO Itália, onde permaneceu até dezembro de 2020.

Jamef

Especializada no transporte de cargas fracionadas, a Jamef Encomendas Urgentes anuncia a chegada de Altair Acerbi como gerente nacional de operações. Ele atuará na gestão de resultados e ampliação de soluções ainda mais eficazes, facilitando a integração de pessoas e processos operacionais para manter a excelência nas performances de coleta, transferência e entrega. Acerbi é engenheiro mecânico pelo IMT (Instituto Mauá de Tecnologia – SCS), com MBA em gestão empresarial pela FGV-SP. Além de 20 anos na área de logística, passou por grandes players do setor, gerenciando operações de distribuição, transporte e logística de produção.

AGS Logistics

A AGS Logistics, que atua há 21 anos como Operador Logístico nacional e internacional, contratou Leonardo Vidal para atuar como diretor de Qualidade e Excelência Operacional nas

unidades do Brasil, Estados Unidos, Itália e nas novas divisões no Qatar e na França, com previsão para início das operações ainda no primeiro semestre de 2021. Vidal é graduado em Ad-

ministração de Empresas pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) e possui MBA em Gerenciamento de Projetos pela Pontifícia Universidade Católica (PUC-PR).

ABIFER

Em Assembleia Geral Ordinária (A.G.O.) anual realizada em fevereiro último, a Associação Brasileira da Indústria Ferroviária – ABIFER elegeu a diretoria para o biênio 2021/2023. A nova gestão assumirá a partir do próximo dia 3 de maio, com a seguinte composição:

PRESIDENTE

- **Vicente Abate** – *Greenbrier Maxion Equipamentos e Serviços Ferroviários S.A. e Amsted-Maxion Fundação e Equipamentos Ferroviários Ltda.*

1º VICE-PRESIDENTE

- **Alexandre Massaki Oiwa Gomes** – *Alstom Brasil Energia e Transporte Ltda.*

VICE-PRESIDENTES

- **Carlos Rafael Martins Jardim** – *Araucária Rail Technology S.A.*
- **Diego Henrique Darli** – *Brastan Ind. e Comércio de Máquinas Ltda.*
- **Agenor Marinho** – *CAF Brasil Indústria e Comércio S.A.*
- **Eduardo Scolari** – *Greenbrier Maxion Equipamentos e Serviços Ferroviários S.A.*
- **Edyval Antonio Campanelli Junior** – *Hyundai Rotem Brasil Ind. e Comércio de Trens Ltda.*
- **Sandro Moisés Fagundes da Silva** – *Pandrol Indústria e Soluções Ferroviárias Ltda.*
- **Andreas Näf** – *Progress Rail Equipamentos e Serv. Ferroviários do Brasil Ltda.*
- **Wilson Roberto Ferri** – *Randon S.A. Implementos e Participações*
- **Dejair Aguiar** – *Retesp Indústria de Vedantes Ltda.*
- **Amilcar Debone** – *Thermit do Brasil Indústria e Comércio Ltda.*
- **Hubert Kundegraber** – *Voestalpine VAE Brasil Produtos Ferroviários Ltda.*
- **Danilo Miyasato** – *Wabtec Corporation.*

CONSELHO FISCAL – EFETIVOS

- **Antonio Braga** – *Hidremec Ind. de Materiais Ferroviários Ltda.*
- **Kirkior Mikaelian** – *MIC S.A Metalurgia Indústria e Comércio*
- **Adelson Portela Martins Junior** – *Voith Turbo Ltda.*

CONSELHO FISCAL – SUPLENTE

- **Eduardo Chrysostomo Silva** – *Aeromovel Brasil S.A.*
- **Celso Antunes** – *Amsted Rail Brasil Equipamentos Ferroviários Ltda.*
- **Pedro Massucato** – *Cavan Pré-Moldado S.A.*

Veloe

A Veloe, unidade de negócios da Alelo especializada no pagamento automático de pedágios e estacionamentos, anuncia a chegada de André Turquetto como diretor geral. Ele chega com a missão de consolidar a Veloe entre as principais marcas de mobilidade do país, sendo responsável pela operação de todo o negócio – o que inclui a integração da plataforma de gestão de frotas da Alelo. Formado em Economia pela Unicamp e com MBA em Gestão pela Universidade de Toronto, Turquetto tem mais de 25 anos de experiência no mercado financeiro e de consumo.

Viação Itapemirim

O Grupo Itapemirim, empresa que há 67 anos é referência em transporte no Brasil, anuncia Eliandro Bueno como CEO da Viação Itapemirim, como parte de um processo de governança, gestão e reestruturação da empresa. Bueno é advogado, tendo atuação em Direito Contratual e especialização em Gestão Ambiental. Cursou Gestão Estratégica na FGV e graduação em Comunicação Empresarial pela Greystone College.

Sotran

A Sotran, logtech líder do segmento de transportes rodoviário de cargas para o agronegócio, acaba de anunciar a contratação de dois profissionais de peso para 2021. Brian Bittencourt, ex-Gympass, assume como Head de Growth & Mar-

keting e Heitor Avila de Carvalho, ex-CVC Corp, é o novo CTO da companhia. Formado em Relações Internacionais e Economia, com MBA em Gestão de Negócios, Bittencourt soma mais de 10 anos de experiência na área de Marketing, com passagem por grandes empresas, como Deloitte e Ambev. Em 2013, fundou a startup Total Beauty e, desde 2015, atua no ecossistema de inovação, tendo trabalhado na Gympass, gigante em benefícios corporativos, e na Avec, líder no mercado de tecnologia para o segmento de beleza e bem-estar. Já o novo CTO da Sotran é graduado em Tecnologia da Informação, com MBA em Gestão Empresarial. Com ampla experiência nos setores bancário, de telecomunicações, internet e energia, Carvalho já atuou em empresas como CVC Corp, Banco Original, Oi, iG e Eletropaulo.

BBM Logística

A BBM Logística, um dos maiores operadores logísticos do modal rodoviário do Brasil e do Mercosul, anuncia Edna Redondo Marques Morilla como a nova diretora de Gente e Gestão. A executiva será a responsável pela reestruturação da área de Gente e Gestão, estruturação da área de ESG e Qualidade da BBM Logística. Edna, que já atuou nos setores Químico, Petroquímico, de Mineração, Construção Eletromecânica e Consumo, é graduada em Psicologia com MBA em Recursos Humanos pela FEA-USP e Liderança pelo IMD. 

anúncios

Braspress..... 4ª Capa

Expo Logweb

W6connect 2ª Capa

Fronius 7

Tópico..... 13

Translift 35

Logweb: várias mídias, para a **máxima informação** ao leitor

Além desta **revista**, o Grupo Logweb oferece várias outras opções de mídia aos seus leitores, para que se mantenham constantemente atualizados.

Portal, Facebook, LinkedIn, canal Logweb no YouTube, podcast, newsletter, e-book, Telegram, Twitter e Instagram.

É só acessar. Está tudo **facilmente disponível.**



BRASPRESS®

QUALIDADE | INFRAESTRUTURA | SEGURANÇA



A frota mais jovem do Brasil



Gerenciamento de Riscos



Conectividade integrada



Maior sistema automatizado da América Latina



Modernas filiais em todo Brasil



*A sua transportadora de encomendas
em todo o Brasil*

www.braspress.com