

REVISTA

# Logweb

referência em logística

| [www.logweb.com.br](http://www.logweb.com.br) | edição nº 184 | Outubro 2017 | R\$ 22,00 |

- Agrologística
- Armazenagem
- Automação
- Comércio Exterior
- E-commerce
- Embalagem
- Logística Portuária
- Movimentação
- Multimodal
- Operações Logísticas
- PDV
- Supply Chain
- Tecnologia da Informação



## Intralogística





# Transportadoras: crescimento à vista, mas ainda dependente dos aspectos políticos

Ainda que pese a instabilidade política, os representantes das transportadoras estão otimistas quanto ao desempenho do setor, e também apontam os segmentos que mais devem crescer.

Todos sabem que a crise econômica provocou “estragos consideráveis” nas transportadoras. E que, agora, quando a economia dá sinais de recuperação, o setor de transportes passa por um momento de adaptações.

“Acreditamos que tiramos lições deste período conturbado, pois conseguimos ajustar a empresa para atender a demanda atual. Neste sentido, a Transal saiu da crise fortalecida e já está sentindo os efeitos da recuperação da economia, tanto no aumento do volume transportado, quanto no faturamento. O segundo semestre de 2017 será o melhor dos últimos quatro anos, o que demonstra que o mercado está reagindo e o desenvolvimento econômico está acontecendo, com geração de empregos e aumento do consumo. Nossa expectativa é de que o ano de 2018 será ainda melhor”, aponta Marcus Sartori, coordenador administrativo da Transal – Transportadora

Salvan (Fone: 48 3411.1000), se referindo às perspectivas em relação ao segmento de transportes.

Também na visão de Sergio Quintal, gerente comercial da unidade São Paulo da Patrus Transportes Urgentes (Fone: 31 2191.1000), o setor parece estar iniciando um processo de reação, nada que podemos afirmar como demanda estabilizada – indicadores macro e microeconômicos como inflação, otimismo de consumidores e empresários, venda de automóveis e caminhões, encomendas de maquinários, etc. apresentaram melhorias significativas nos últimos meses, sinalizando, provavelmente, um ponto de inflexão nessa curva, até então descendente. “A recuperação deverá ser lenta – levaremos alguns bons anos para retomarmos o patamar pré-crise, por isso, o cuidado deverá ser redobrado, em especial na gestão dos custos fixos e nos novos investimentos”, adverte Quintal. Ele

é complementado por Jaime Krás Borges, sócio diretor comercial do Expresso Minuano (Fone: 51 21.0999), que prevê, em curto prazo, nenhuma melhora no mercado. “Acho que só sairemos desta crise após 2018. A demanda por serviços só melhora quando o mercado retoma o crescimento pleno e sustentável.”

E as visões nada otimistas continuam. Thiago Granero de Melo, gerente geral da TGM Transportes Cargas e Encomendas (Fone: 44 3229.2700), acredita que os dias serão difíceis no restante de 2017 e em 2018, até as novas eleições presidenciais. “A política tem interferido pesadamente no dia a dia das empresas. Se matávamos dois leões por dia, agora temos que matar três. Temos que nos esforçar, ser resilientes, superar a adversidade diária, a guerra por preços, continuar melhorando processos e administrando cada vez melhor as despesas para sobreviver neste momento econômico.”

Celino dos Santos, diretor comercial da Logística Dois Irmãos (Fone: 41 3593.2400), também não está otimista. “As perspectivas não são boas, o setor antecipa todos os custos e fatura com prazos cada vez mais extensos, administra a não liquidez.”

Já na visão de Urubatan Helou, diretor-presidente da Braspress Transportes Urgentes (Fone: 11 2188.9000), o segmento do transporte rodoviário de cargas em particular sempre foi um setor muito sofrido. “As relações tributária e trabalhista, aliadas



ao roubo de cargas, são chagas mais cruéis em nosso segmento do que em qualquer outro. Em se encontrando soluções para essas dificuldades, o transporte rodoviário de cargas brasileiro poderá responder aos anseios do País, do contrário, se nada for feito, poderemos em breve assistir a um blecaute logístico”, adverte.

Por outro lado, Ismael Zorzi, diretor executivo da Grupo Farrapos (Fone: 85 3052.3146), lembra que estamos passando por várias reformulações em todas as esferas. “Precisamos acomodá-las e colocá-las em prática para analisarmos a eficácia das ações propostas. Temos uma questão contundente no que se refere à reforma trabalhista, há tanto tempo solicitada, agora precisamos verificar na prática quais as benesses que nos trará de fato.”

Temores à parte, a Transportes Translovato (Fone: 54 3026.2777) também já percebe uma mudança positiva no segmento

de transporte, ainda que de forma tímida. “A expectativa é que o mercado continue reagindo e, por isso, a Translovato prevê que terá um crescimento de 8% no ano de 2017, em relação ao ano anterior”, adianta o diretor comercial da empresa, Claudemir Groff, para quem, estar em movimento permanente é essencial para qualquer empresa.

O otimismo por parte de Clóvis Luiz De Bona, diretor comercial da matriz Chapecó, SC, da Expresso São Miguel (Fone: 49 3361.6666), vem pelo lado dos investimentos. “A expectativa é que haja mais investimentos na infraestrutura logística do País, melhorando a mobilidade urbana e investindo pesado nas rodovias. Desvincular a carga fracionada da carga fechada na legislação. Assim vamos ter empresas com maior produtividade a disposição dos embarcadores.”

Finalizando este assunto, José Paulo Nogueirão, diretor comercial e marketing da

Jamef Transportes (Fone: 11 2121.6100), também mantém perspectiva positivas. “Mesmo com os rumores sobre quedas de produção, ainda existem grandes tendências a serem exploradas no Brasil, como, por exemplo, o setor de e-commerce. Uma realidade promissora que terceiriza a sua demanda logística e que precisa de parcerias cada vez mais sólidas e eficientes.”

### Segmentos mais incrementados

Já que se falou em segmentos, quais os que deverão ser mais incrementados e os que tendem a se desenvolver menos após este período de crise e de adaptação às novas regras do mercado?

Bona, da Expresso São Miguel, lembra que o país passa por um momento político delicado, o que reflete nos investimentos públicos e privados. Uma vez passada esta turbulência – acredita o diretor comercial –, vários

segmentos tendem a se desenvolver, pois há demanda represada e capacidade fabril.

Ainda neste aspecto, Sartori, da Transal, acredita que, com a reforma trabalhista aprovada, lei da terceirização, controle da inflação e baixa dos juros, todos os fatores para o Brasil voltar a crescer econômico e socialmente foram apresentados. “Penso que rapidamente as vagas de emprego voltarão a surgir em todos os segmentos, pois o consumo deverá aumentar bastante até o final de 2017. A partir de 2018 esse crescimento da economia será mais visível, destacando-se as empresas no segmento de serviços, pois são elas que absorverão a maior parte da mão de obra a ser contratada.”

Nogueirão, da Jamef, adverte que, para sobreviver em qualquer mercado competitivo, todos os setores devem acompanhar as tendências, sejam elas quais forem. O principal fator deve estar associado ao comportamento e à relação com o consumidor, pois esse tem ditado a sua frequência e forma de consumo. Algumas estratégias precisarão ser melhores implementadas, como estatísticas com possibilidade de prever as perspectivas de compras, baseadas em ações dos clientes. Acompanhar o avanço tecnológico também é outro fator importante e que envolve todos os segmentos e que requer grandes investimentos, relaciona o diretor comercial e de marketing da Jamef.

Já referindo especificamente aos segmentos promissores, Quintal, da Patrus, relaciona a indústria e a agropecuária. Ele também destaca o comércio eletrônico – apesar da crise econômica por que passa o Brasil, o comércio eletrônico deverá crescer 19% entre 2016 e 2020.

O gerente comercial da Patrus também lembra que, de acordo com pesquisas, o PIB agropecuário, que caiu 6,6% no ano passado, vai crescer 4,32% neste ano. A indústria, que caiu 3,8%, vai avançar 3%. Segundo a Confederação Nacional da Indústria – CNI, a economia brasileira começará a se recuperar lentamente em 2017. A projeção para a expansão do Pro-



duto Interno Bruto – PIB é de crescimento de 0,5%. “A palavra-chave para a tomada de decisão em investimento é confiança. Ou seja, segurança política, econômica e jurídica. Neste momento, no País, a confiança está diretamente ligada à aprovação de projetos de lei e reformas” cita Quintal.

Por outro lado, ele aponta que setores como o comércio e serviços terão um tí-

mido crescimento nestes próximos anos, devido à queda no poder de compra do brasileiro, sendo que o crescimento mais lento da massa de renda moderará a alta.

Celso Luchiari, diretor da TA (Fone: 19 2108.9000), também revela que, com o aquecimento da economia, segmentos de consumo tendem a aumentar a demanda – o B2C possivelmente crescerá ainda mais.

## Com a palavra, o embarcador

Neste momento de transformações, a logística das empresas embarcadoras também passou por mudanças, certamente.

Mas, as mudanças na logística da Dayco Power Transmission (Fone: 11 3146.4770) – Dayco no Brasil – não tiveram a crise como principal impulsionador, mas, sim, uma transformação patrocinada pela nova diretoria da empresa para profissionalizar a gestão e eliminar desperdícios.

“Passamos a trabalhar com mais intencionalidade sobre oportunidades na distribuição, analisando os históricos de fretes e revisando processos internos. Desta forma, compensamos os impactos das ineficiências em termos de custo e serviço para algumas regiões”, conta Gustavo Queiroz Pereira, Logistics Manager – Aftermarket da empresa.

Outra mudança ocorreu na relação embarcador/transportadora em função da crise. “Reforçamos nossa forma de

trabalhar em parceria com os transportadores, e passamos a demandar mais esforço dos mesmos para nos ajudar a encontrar soluções para melhor atendimento dos clientes, sem onerar os custos com fretes”, comenta Pereira.

**Parceiro logístico** – O profissional da Dayco também aponta os itens primordiais na escolha de um parceiro logístico. Para ele, é imprescindível que o parceiro tenha expertise reconhecida no mercado em que atua, que seja competitivo, com estrutura física e de gestão robustas em toda sua malha logística.

Por outro lado, sobre o que poderia ser melhorado na relação embarcador/transportador, Pereira diz que este último deve investir mais no entendimento e atendimento das necessidades dos clientes (e dos clientes finais), além de ter maior responsividade às tendências e inovações do setor, oferecendo serviços realmente diferenciados a custos justos.

“Entendo que os segmentos a serem mais incrementados são aqueles ligados à saúde e químico, por serem mais exigentes, em termos de clientes e legislações. Os demais segmentos, como alimentos, eletroeletrônicos, entre outros, são produtos mais comoditizados, precisarão se reinventar para continuar crescendo”, aponta, agora, Roberto Vilela, presidente da RV Ímola (Fone: 11 2404.7070).

Já na visão do diretor comercial da Expresso Minuano, os mercados que mais vêm crescendo (ou se mantendo) são os farma, de produtos de beleza, pets e o


automotivo, no setor de reposição de peças. “Grande massa da população com a renda comprometida tende a conter seus gastos e não faz investimentos enquanto não vislumbrar melhoras na economia. Por exemplo, o automotivo. Não troca de veículos e mantém o carro, apenas mantendo-o e fazendo manutenção do usado”, diz Borges.

Zorzi, do Grupo Farrapos, acredita que os segmentos de tecnologia, alimentos e bebidas, calçadista e vestuário ainda serão em grande parte o carro chefe, pois são consumos primários e imediatos. “Se com-

paramos ao atual cenário econômico, vários segmentos estão saturados, como os setores automotivo e imobiliário, devido a sua crescente expansão estrutural, mercadológica e a uma farta gama de oferta no atual momento do país”, complementa o diretor executivo.

Melo, da TGM Transportes, também aponta que, sem dúvida, os artigos de primeira necessidade, cesta básica, alimentos, vestuário popular e produtos de baixo valor agregado devem ser incrementados. Falando de consumo, o que tem se mostrado mais adaptável à crise são as empresas que vendem bens, produtos e serviços de baixo valor agregado. O que também cresce são os produtos ligados à agricultura, insumos e equipamentos. E lógico, não menos importante, o e-commerce, que cresce com a gama cada vez maior de produtos e serviços entregues às pessoas a domicílio, por comodidade e economia, aponta o gerente geral da TGM Transportes.

“Acreditamos na retomada do varejo em função da redução dos juros e da melhora nos indicadores de confiança. A verdade é que se a política não atrapalhar estaremos numa curva ascendente” complementa Gustavo Ribeiro de Paiva, diretor executivo da Meridional Cargas (Fone: 11 2989.1515).

Finalizando, Murilo Ricardo Alves, diretor adjunto de mercado da RTE Rodonaves (Fone: 16 2101.9902), também aponta que os segmentos que devem ter mais investimentos são o agronegócio, que mesmo com a crise manteve bons resultados e é um dos principais segmentos que impulsionam o PIB no Brasil. Há também perspectivas positivas para o setor de healthcare – automotivo de maneira geral, calçados e confecções deverão apresentar bons números no médio prazo, com a retomada da economia. O consumo desses tipos de produtos deve aumentar. Quanto ao canal de venda e-commerce, continua a crescer acima de dois dígitos. 

## Ainda sobre o Prêmio Top do Transporte

Como é sabido, a cerimônia de entrega do Prêmio Top do Transporte, realizado pelas editoras Logweb e Frota e já em sua 11ª edição, aconteceu no dia 15 de agosto último em São Paulo, SP.

E aproveitamos este espaço para publicar o depoimento de duas consagradas transportadoras, ganhadoras do Prêmio.

Uma delas é a TNT Mercurio Cargas e Encomendas Expressas (Fone: 11 5514.7075), com as seguintes conquistas: 1º lugar em rodoviário internacional, em rodoviário e em preferência nacional, além do terceiro lugar no segmento de e-commerce.

“Vencer o Prêmio Top do Transporte pelo quinto ano consecutivo, um dos prêmios mais respeitados do setor, reflete nossos esforços, investimentos e entendimento dos negócios de nossos clientes. O reconhecimento por toda a dedicação com que trabalhamos nos faz muito felizes e orgulhosos”, comemora Murilo Silva, do departamento de Marketing da empresa.

Sobre os fatores que levaram a essa conquista, Silva coloca que, na TNT, “nós acreditamos que, se a companhia quer a fidelidade do cliente, ela tem que ir além e oferecer uma experiência positiva do primeiro contato à entrega, incluindo todo o suporte de back office. A TNT tem inves-

tido tanto para oferecer uma experiência positiva e um portfólio completo de soluções para seus consumidores, quanto em nossa equipe comprometida que se esforça para fazer acontecer”.

**Confiança** – Outra empresa vencedora nesta edição do Prêmio Top do Transporte, a FedEx Brasil Logística e Transporte (Fone: 11 5514.7075) alcançou o segundo lugar no segmento rodoviário.

“Conquistar o prêmio Top do Transporte nos mostra que estamos no caminho certo no Brasil. A rede aérea e terrestre da FedEx permite que nossos clientes se conectem com todo o País – cobrindo mais de 5.300 cidades – e com o mundo. Receber esse reconhecimento do mercado demonstra que nossos clientes podem seguir confiando nas soluções inovadoras da FedEx para encontrar a resposta certa para suas necessidades”, afirma Denise Thomazotti, gerente de Marketing para a FedEx Brasil.

Ela também aponta que há uma combinação de fatores que levaram a empresa a receber esse prêmio. “A frota terrestre e de aeronaves da FedEx é constantemente renovada, nos dando tecnologia de ponta em todas as partes de nossas operações. Isso posiciona a FedEx no mercado como um provedor logístico guiado pela qualidade”, finaliza Denise.