

ESPECIAL

## TRANSPORTES &amp; LOGÍSTICA



Beawharta/Reuters

# Era digital traz novas oportunidades de negócio

O atual ciclo económico e o crescimento exponencial do e-commerce, num cenário de revolução digital em curso, marcam atualmente o desenvolvimento do setor de transportes e logística em Portugal.

Ultrapassados os anos de crise, o tecido empresarial português, concentrado nas exportações e nos seus processos de internacionalização, colocam este setor no meio da sua atividade e consubstanciam um período de clara recuperação.

Os principais *players* do setor são unânimes na identificação dos principais desafios que se colocam e que de alguma forma vão continuar a marcar a agenda nos próximos anos.

Sem perder de vista ou sequer retirar relevância às questões basilares como a redução de custos, consumo de combustíveis, otimização de processos e de equipas, eficiência e mobilidade, as estratégias das empresas de transportes e logística definem hoje as suas estratégias apontando baterias para o transversal dossiê da digitalização e muito especificamente para o “fenómeno” do crescente ‘e-commerce’ que veio impor novas dinâmicas e novas metas a atingir. Tudo em prol da satisfação do cliente final, também ele, espelho da era digital em que vivemos.

Neste caderno especial aferimos o que afinal mudou, ou não, desde os anos (consecutivos) de

travagem nos investimentos, devido à crise financeira mundial, ao resgate necessário de Portugal junto do FMI - Fundo Mundial Monetário Internacional, BCE - Banco Central Europeu e CE - Comissão Europeia e às subsequentes restrições impostas por essa *troika*. Porém, os últimos anos de desanuviamento da economia nacional, poderiam ter perspetivado uma retoma de alguns dos grandes projetos de infraestruturas que ficaram parados no tempo. Mas, na verdade, não foi isso que aconteceu. A maior parte desses projetos continua sem sair do papel. Projetos como o novo aeroporto da capital, a ligação ferroviária dos portos a Espanha ou a ampliação e construção de novos

terminais de contentores nos portos de Sines e de Lisboa continuam em marcha-lenta. Nas rodovias, o grande problema é o IP3.

Por outro lado, e desta feita no universo da logística, um dos principais desafios que se colocam hoje prende-se com a digitalização, revolução transversal a todos os setores de atividade em Portugal e que também neste setor está imprimir um ritmo acelerado de evolução. “As alterações já hoje são evidentes e estão a ter resposta muito positiva por parte das empresas fabricantes e distribuidoras, assim como dos operadores logísticos e transportadores”, afirma Raúl Magalhães, presidente da APLOG - Associação Portuguesa

de Logística, ao Jornal Económico, apontando alguns exemplos que refletem a capacidade do setor de absorver e de se integrar na era digital.

No habitual espaço de Fórum, onde os diferentes *players* de relevo no setor são convidados a refletir sobre os temas de fundo, aferimos que entre estes protagonistas, portugueses e estrangeiros com atividade no mercado nacional, reina o otimismo, na medida em que atempadamente delinearam as suas estratégias e estão hoje em condições de responder aos mais diversos desafios. Com as oportunidades bem identificadas, estimam, para este ano, continuar a crescer, a par do próprio setor. ●



Andrea Comas/Reuters

SÓNIA BEXIGA

sbexiga@jornaleconomico.pt

O atual ciclo económico e o crescimento exponencial do e-commerce, num cenário de revolução digital em curso, marcam atualmente o desenvolvimento do setor de transportes e logística em Portugal. Ultrapassados os anos de crise, o tecido empresarial português, concentrado nas exportações e nos seus processos de internacionalização, colocam este setor no meio da sua atividade e consubstanciam um período de clara recuperação.

Os principais *players* do setor são unânimes na identificação dos principais desafios que se colocam e que de alguma forma vão continuar a marcar a agenda nos próximos anos.

Parte das pressões a que o setor tem de responder são oriundas de Bruxelas, com a Comissão Europeia a “apertar o cerco” quanto às práticas ambientalmente sustentáveis, por exemplo, as viaturas a serem menos poluentes, mas também via aplicação de taxas ao gasóleo ou de entrada nos grandes centros urbanos.

Em matéria de preços, Alberto Silveira, membro do Conselho de Administração do Grupo Garland, aponta a relevância que, a breve prazo, a obrigatoriedade de períodos de descanso dos motoristas e a aplicabilidade de determinados horários de trabalho no estrangeiro assumirão enquanto fatores que encarecerão os preços dos transportes. Considerando que Portugal será “um dos países mais afetado pela distância que nos separa das geografias com maior número de consumidores”, acrescentando, em sua opinião, o facto de “o nosso tecido empresarial reagir muito lentamente aos aumentos dos custos, além de que, por norma, procura não os transferir para os seus próprios clientes”, alerta que o grande desafio será “gerir estas situações sem perder margem de comercialização, já de si cada vez mais esmagada face à enorme competitividade de um mercado global como é o nosso”.

Quanto às questões da inovação tecnológica reforça que representam custos avultados, “investimento que as grandes empresas já realizaram, mas que têm um enorme peso para as pequenas empresas que, sem ele, correm o risco de desaparecer”.

Por entre esta corrente da digitalização, o e-commerce, forte na forma como se está a enraizar entre os hábitos de consumo, sobretudo entre os nativos digitais, assume-se como o grande desafio a que importa responder.

Neste contexto, para João Palma, diretor de Marketing e Vendas da DHL Parcel Portugal, atualmente, uma das provas de fogo que o setor enfrenta é, sem dúvida, a resposta aos picos de procura que acontecem na Black Friday e no Natal. Defendendo que existem diversas soluções

e alternativas para ultrapassar essa dificuldade, João Palma defende que, se por um lado, e cada vez mais, os clientes têm de optar por um operador à escala mundial que assegure os investimentos constantes na sua rede (que tenha a estrutura necessária para responder aos picos), por outro, tem de existir uma estrutura a montante para a rotação dos envios na origem, bem como estrutura a jusante com alternativas e com pontos de entrega em todos os países e locais de destino. As soluções terão ainda de passar por planejar previamente as suas ações de marketing digital, colocando as campanhas a tempo (cada vez mais cedo) no mercado; por gerir as expectativas dos tempos de entrega com os compradores online; e definir diversos patamares de quantidade diária, para que o operador possa ajustar-se ao máximo atempadamente a esses picos. “Produzir e entregar sete dias por semana, entregar diretamente em ‘service points’, promover o uso dos sistemas de informação e interação automáticos com o destinatário final fazem parte do leque de soluções a equacionar para estes períodos”, salienta.

Assim, num futuro a curto/médio prazo, o setor terá como principais oportunidades as operações que se prendem com o crescimento do mercado B2C (Business to Commerce, sigla que define a transação comercial entre empresa e o consumidor final através de uma plataforma de e-commerce).

Cada vez mais, defende João Palma, as empresas, seja qual for a dimensão ou posição na cadeia de valor, estão a criar e a desenvolver o canal de vendas online. “O mercado online é por natureza global e infinito. Quer na vertente doméstica, com crescimentos de 12% que vão chegar facilmente a 20%, ou de grande proximidade geográfica, como Espanha (já com aumentos acima dos 20%) onde o potencial é enorme pela, ainda grande, margem de evolução dos compradores online”, afirma o responsável, realçando ainda que na vertente internacional, mesmo nos mercados maduros ou emergentes, “a evolução vai ser enorme”, certo de que para as empresas portuguesas, na maior parte das vezes, é o canal mais direto e de fácil chegada aos mercados alvo. Assim sendo, sublinha, “fazer chegar os produtos de uma forma fiável, através do mesmo operador, desde a recolha até à entrega final com serviço e processos iguais em todos os países de destino, é uma alavanca decisiva nas vendas online.

Sendo o transportador a única cara visível neste processo, é necessário oferecer um serviço de entrega dinâmico e flexível que se molda ao cliente final, proporcionando-lhe um leque de escolha das melhores opções e alternativas de entrega, tornando a receção das suas compras online cada vez mais simples e eficaz”. ●

ANÁLISE

# Desafios digitais pautam futuro próximo

Particularmente sensível à evolução da economia do país, mas também da europeia e mundial, o setor dos transportes e logística acompanha o clima de recuperação e mostra estar à altura dos mais diversos desafios.

DESDE  
1776  
SINCE

1855

Iniciada a atividade de  
agentes de navegação.



1973

Entrada no negócio de  
transporte rodoviário  
e de carga aérea.



1994

Alargado o negócio  
à logística.



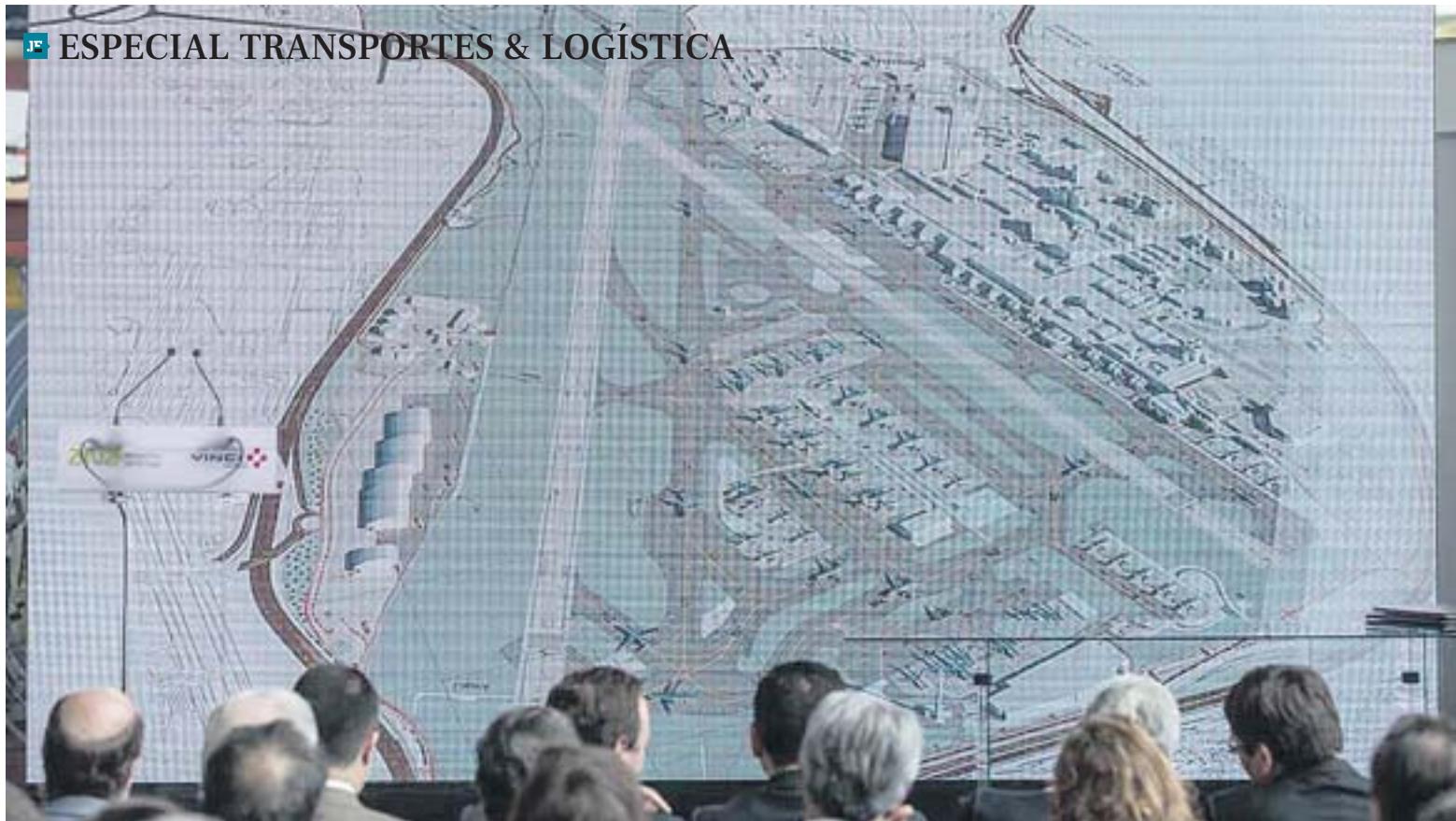
## SOLUÇÕES GLOBAIS INTEGRADAS DE LOGÍSTICA E TRANSPORTE

ARMAZENAGEM  
PREPARAÇÃO DE ENCOMENDAS  
SERVIÇOS DE VALOR ACRESCENTADO  
DISTRIBUIÇÃO NACIONAL 24H  
TRANSPORTE INTERNACIONAL MARÍTIMO,  
AÉREO E TERRESTRE

[WWW.GARLAND.PT](http://WWW.GARLAND.PT)

 **Garland**

ALL IN ONE WORLD



Cristina Bernardo

## PERSPETIVAS

# Projetos de infraestruturas tardam em arrancar no terreno

Projetos como o novo aeroporto da capital, a ligação ferroviária dos portos a Espanha ou a ampliação e construção de novos terminais de contentores nos portos de Sines e de Lisboa continuam em marcha lenta. Nas rodovias, o grande problema é o IP3.

**NUNO MIGUEL SILVA**  
nmsilva@jornaleconomico.pt

Depois de anos consecutivos de travagem nos investimentos, devido à crise financeira mundial, ao resgate necessário de Portugal junto do FMI - Fundo Monetário Internacional, BCE - Banco Central Europeu e CE - Comissão Europeia e às subsequentes restrições impostas por essa *troika*, os últimos anos de desanuiamento da economia nacional, poderiam ter perspetivado uma retoma de alguns dos grandes projetos de infraestruturas que ficaram parados no tempo.

Mas, na verdade, não foi isso que aconteceu. A maior desses projetos continua sem sair do papel. A polémica em torno das PPP - Parcerias Público-Privadas, que começou por ser debatida no foro económico, alastrou para o plano político e agora já parece ter entrado no domínio criminal - não ajudou à mudança de cenário. E não se vislumbra que os próximos tempos neste capítulo venham a ser melhores.

Depois, a falta de consenso políti-

co entre as principais forças partidárias sobre as prioridades de infraestruturas para o País, tem atrasado em décadas o setor dos transportes e da logística, com sucessivos volte-faces sempre que há mudanças de ciclo eleitoral. Uma anomalia para que o Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa tem chamado muito a atenção, num esforço que poderá ter acelerado o recente acordo assinado entre os dois principais partidos do regime político nacional, o PS e o PSD, no que respeita às prioridades de investimento para o País. Embora pouco se tenha sabido sobre quais são essas prioridades em que os dois partidos concordaram e qual a real validade jurídica deste entendimento, quando as atuais lideranças partidárias mudarem.

Chegados aqui, é mais fácil perceber por que é que só nesta semana foi conhecido que o estudo ambiental para o novo aeroporto de Lisboa, na localização da base aérea do Montijo, deu luz verde ao projeto. Na melhor das hipóteses, a nova infraestrutura, vital para o desenvolvimento da economia portuguesa e para o crescimento do turismo, esta-

rá concluída em meados de 2022, daqui a quatro anos.

O aeroporto Humberto Delgado está a rebentar pelas costuras e as críticas têm sido múltiplas. Dos passageiros às companhias aéreas, dos industriais da hotelaria e da restauração aos controladores aéreos, sem esquecer os representantes dos trabalhadores do SEF - Serviço de Estrangeiros e Fronteiras. Até o atual Governo já se queixou de que a forma como foi desenhado pelo anterior Executivo de Pedro Passos Coelho o processo de privatização da ANA - Aeroportos de Portugal o deixou de mãos atadas e sem margem de manobra para poder antecipar o processo de construção do novo aeroporto da capital. No ano de 2017, bateu-se novo recorde, tendo circulado pela Portela cerca de 26,7 milhões de passageiros, muito acima do limiar de 22 milhões de passageiros anuais que era considerado a barreira máxima para desencadear a construção da nova infraestrutura. A este ritmo de crescimento de tráfego, com Portugal na moda a nível internacional, não se sabe como é que se vai conseguir descal-

**O novo aeroporto no Montijo só deverá estar operacional em 2022. A ligação ferroviária de Sines a Espanha também só deverá estar concluída daqui a quatro anos. Os outros grandes projetos encontram-se ainda mais atrasados ou indefinidos**

çar esta bota durante os próximos quatro anos, sem prejuízos para a economia portuguesa. A gestora aeroportuária vai ter de andar muito e depressa, para conseguir evitar os eventuais prejuízos resultantes dos constrangimentos de tráfego, já evidentes e com grande potencial de agravamento. A meta é aumentar a capacidade de processamento de passageiros e de carga aérea no atual aeroporto Humberto Delgado antes que a alternativa do Montijo esteja operacional. Só nessa altura se passará a ter uma capacidade operacional para receber 50 milhões de passageiros nos aeroportos da capital em cada ano.

A questão do novo aeroporto de Lisboa é o *bottleneck* mais conhecido e mais relevante no setor nacional de transportes e logística, mas não é o único. No setor portuário, há anos que se aguarda a luz verde para avançar com a ampliação do atual terminal de contentores do porto de Sines, gerido pela PSA de Singapura. Segundo estes operadores, a capacidade do atual terminal XXI está no limite, mas a decisão nunca mais é assumida. Em paralelo, também não são conhecidos muitos pormenores sobre o processo de andamento dos procedimentos para o arranque do concurso público internacional para atribuição de mais uma concessão para um terminal de contentores em Sines, vulgarmente conhecido como terminal Vasco da Gama. Ainda no setor portuário, mantêm-se grandes dúvidas sobre o projeto do novo terminal de contentores para o Barreiro, inserido na área de atuação do porto de Lisboa.

Intimamente associada aos portos, está a questão das ligações ferroviárias, em particular no segmento das mercadorias. O atual Governo está a avançar com as empreitadas de ligação do porto de Sines a Espanha, no Caia, mas há muita obra para fazer nos próximos anos, antes que essa conexão seja efetiva e melhore os tempos de circulação em direção a Madrid e a rentabilidade das cargas transportadas pela possibilidade de circulação de comboios mais extensos. A conclusão está prevista, também aqui para 2022, num investimento superior a 500 milhões de euros, considerado o maior dos últimos 100 anos no setor, o que só confirma o abandono a que tem sido votado o transporte ferroviário em Portugal. As ligações dos outros portos nacionais por ferrovia a Espanha estão ainda num estado mais atrasado ou indefinido do que o da ligação pelo Alentejo.

Mesmo num setor como o rodoviário, que foi a grande prioridade de investimento público em Portugal em transportes e infraestruturas nas últimas décadas, há grandes desafios para superar, o principal dos quais passa pela melhoria e alargamento ou construção de raiz de uma alternativa ao IP3, entre Viseu e Coimbra. ●

## LOGÍSTICA

# Digitalização reforça papel central do cliente

As exigências inerentes à digitalização e ao crescimento do ‘e-commerce’ em Portugal provocaram alterações, às quais, as empresas de logística responderam “de forma muito positiva”, garante a APLOG.

## SÓNIA BEXIGA

sbexiga@jornaleconomico.pt

Um dos principais desafios que se colocam hoje particularmente à logística prende-se com a digitalização, revolução transversal a todos os setores de atividade em Portugal e que também neste setor está imprimir um ritmo acelerado de evolução.

“As alterações já hoje são evidentes e estão a ter resposta muito positiva por parte das empresas fabricantes e distribuidoras, assim como dos operadores logísticos e transportadores”, afirma Raúl Magalhães, presidente da APLOG – Associação Portuguesa de Logística, ao *Jornal Económico*, apontando alguns exemplos que refletem a capacidade do setor de absorver e de se integrar na era digital.

Um dos exemplos advém da Internet of Things (IoT), através da qual tem sido potenciada a “interconexão digital”, concretizada através de sensores e dispositivos que captam, geram e enviam dados proporcionando informação que permite obter uma melhor, e mais rápida, comunicação, otimizar processos, desenvolver novos produtos e serviços, incrementar produtividade e, ainda, reduzir custos. Esta informação em produtos e equipamentos permite obter uma visão de toda a ‘supply chain’, iniciando a partir do cliente (ponto de venda) a recolha de informação e transmitindo-a a toda a cadeia. “Estamos a passar de uma estratégia de ‘push’ para uma estratégia de ‘pull’, com o consumidor a iniciar o fluxo”, reforça o responsável.

Os restantes exemplos apontados prendem-se com ‘Big Data e Analytics’, melhorando previsão e planificação (algoritmos preditivos) para uma tomada de decisão em tempo real, mais assertiva e com menos risco e custo; com sistemas de gestão e ‘tracking’ (no transporte, na distribuição) permitindo gestão de pedidos de clientes em tempo real, com mais controlo e qualidade nos processos de entrega; e por último, pela automação e robotização de opera-

ções de armazém e loja de movimentação de mercadorias (incluindo transporte), reduzindo cargas físicas, melhorando condições de trabalho, racionalizando meios e aumentando a ecoeficiência.

“Estas são algumas das áreas onde a logística já hoje se movimenta, a que se junta o RFID, Blockchain, 3D, plataformas colaborativas, entre outras.

A digitalização surge cada vez mais como um meio para reforçar o papel central do cliente (B2B/B2C) em toda a cadeia de valor, disponibilizando ferramentas à ‘supply chain’ para que esta possa dar um contributo capital nesta revolução”, sublinha Raúl Magalhães.

**E-commerce: o desafio**

O e-commerce tem vindo a conquistar terreno entre os consumidores portugueses e assume-se como a grande tendência mundial,



**RAÚL MAGALHÃES**  
Presidente da APLOG

A APLOG elegeu a digitalização como tema central do seu congresso anual. Em outubro, aprofundará esta matéria, através de casos práticos e intervenções de especialistas, visando contribuir para a preparação das empresas portuguesas para este desafio.

operando, por isso, transformações no setor da logística que, assegura o presidente da APLOG, “está a responder bem, mas, consciente dos desafios presentes e das expectativas para o futuro”. Num contexto em que a distribuição urbana representa 10 a 5% dos quilómetros percorridos, 6% do CO2 produzido, em que 60% de população concertada nas cidades, as estimativas apontam para que o e-commerce pese 20% das vendas nos próximos anos.

Para Raúl Magalhães o desafio atual explica-se com a multiplicação de formatos e pontos de ven-

das mais pequenos; a multicanalidade on/off line; as entregas serem mais pequenas, unitárias e oferta com mais variedade; bem como pela premência de uma maior rapidez nas entregas. “Tudo isto com pontualidade, fiabilidade, capacidade de adaptação e custos controlados”, reforça, acrescentando também este cenário no e-commerce coloca desafios à logística e aos transportes, pela necessidade de encontrar soluções eficientes e sustentáveis de distribuição em meios urbanos cada vez mais densos mas estende-se a um conjunto alargado de protagonis-

tas. Nomeadamente, às cidades no seu ordenamento, criação de regulamento o mais normalizado possível, refletir sob forma de partilha de espaços, circulação, estacionamento e ‘pick points’; aos fabricantes de veículos e equipamentos de transporte para desenvolvimento de tecnologia limpa, que permita menos impacto ambiental; e aos distribuidores, fabricantes e operadores logísticos para a necessidade de articularem em conjunto modelos colaborativos que, sem prejuízo da sã concorrência, retirem pressão e reduzam custo na distribuição. ●

PUB

**GEFCO SPECIAL**  
UM SERVIÇO 24 HORAS POR DIA, 7 DIAS POR SEMANA

Com uma vasta experiência em logística crítica, a GEFCO garante-lhe um serviço premium com qualidade e segurança

Contacte o seu Especialista em Logística  
gefco.specialpt@gefco.net  
www.gefco.pt

**GEFCO**  
Partners, unlimited

# FÓRUM: E-COMMERCE POTENCIA OPORTUNIDADES

Entre os diversos players do setor a operar no mercado nacional, reina o otimismo, na medida em que atempadamente delinearão as suas estratégias e estão hoje em condições de responder aos mais diversos desafios. Com as oportunidades bem identificadas, estimam, para este ano, continuar a crescer, a par do próprio setor.

## 1 QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS DESAFIOS QUE O SETOR ENFRENTA ATUALMENTE? 2 ONDE RESIDEM AS MAIORES OPORTUNIDADES?



**PEDRO FARAÚSTO**  
Diretor de Marketing  
da CTT Expresso



**PAULO MENDES**  
Country Manager  
da ID Logistics Portugal



**ALBERTO SILVEIRA**  
Membro do Conselho de  
Administração do Grupo Garland



**MARK WENDER**  
Managing Director  
da Jungheinrich Portugal



**JORGE POSSOLLO**  
Diretor Geral  
da GEFCO Portugal

### CONSOLIDAÇÃO PODE MANTER-SE

1. Existem duas tendências que se destacam: primeiro, o ritmo de crescimento do setor de encomendas. Apesar de ter vindo historicamente a crescer, o atual ciclo económico e a aceleração do 'e-commerce' estão a aumentar estes números, embora se tenha que ter em conta que a pressão sobre os preços dilui o crescimento da receita. Em segundo, a consolidação no setor que poderá manter-se nos próximos anos. O mercado está muito fragmentado. O desafio, no 'Expresso & Encomendas', é manter os níveis de crescimento. Em 2017, obtivemos um crescimento global de cerca de 11% enquanto neste 1º trimestre conseguimos um aumento de cerca de 22%. A expectativa é manter níveis de crescimento nos dois dígitos.

2. Este setor é muito sensível ao comportamento da economia. Por isso, as perspetivas são positivas e estamos claramente num ciclo de expansão. O e-commerce parece estar a consolidar os ritmos de crescimento acompanhando o que se vai verificando noutros países europeus. Os CTT estão em constante avaliação das oportunidades, sempre com a preocupação de prestar um serviço cada vez mais adequado que não se esgota no Expresso e Encomendas (carga e logística). A capacidade de estarmos em várias frentes parece-nos distintiva face a um modelo de especialização 'mono-produto'. A valorização da nossa cadeia de valor e o vasto portefólio são claramente uma vantagem competitiva. O segmento B2C é aquele que cresce a um ritmo mais forte, devido ao comércio eletrónico e os CTT têm aqui uma posição competitiva sólida e pretendemos manter a liderança.

### INDÚSTRIA 4.0 TRAZ OPORTUNIDADES

1. Na ID Logistics destacamos três desafios: a inovação tecnológica juntamente com o processo de transformação digital que está a acontecer a nível geral; a capacidade de investimento para alcançar a plena adaptação às exigências dos clientes e dos diferentes mercados em que operamos; e finalmente, o princípio da sustentabilidade (económico, ambiental e social). No que diz respeito à inovação, o setor da logística deve ser capaz de inovar e introduzir conhecimento e tecnologia nos seus processos de gestão. A indústria 4.0 pode trazer-nos grandes oportunidades, mas somente as empresas com capacidade de investimento poderão avançar com sucesso. Outro desafio é a sustentabilidade, no sentido mais amplo da palavra. Os grandes operadores logísticos devem estar comprometidos com o desenvolvimento de soluções sustentáveis. Como exemplo na área de transporte, a ID incorporou na frota veículos e camiões a gás, reduzindo consideravelmente as emissões de CO2.

2. Quanto às oportunidades, sem dúvida o 'e-commerce' ocupa um lugar de destaque. Para além de ser uma atividade estratégica para o Grupo no qual temos vindo a apostar, trata-se de um modelo de serviços que está a afetar o resto das operações dos outros setores. Cada vez mais é exigido um serviço rápido, com fluxos logísticos otimizados e eficientes, tempos de entrega mais curtos e maior atomização na preparação de encomendas, etc. Outros setores em que, no nosso caso o farmacêutico, no qual somos uma referência a nível ibérico, a alta especialização permite-nos crescer e criar valor para os nossos clientes.

### APROVEITAR RETOMA ECONÓMICA MUNDIAL

1. Os desafios são diversos e para todas as áreas de negócio do nosso 'core business': Transportes, Navegação e Logística. Nos Transportes, a UE está a apertar o cerco aos transportadores para adotarem práticas ambientalmente mais sustentáveis, obrigando as viaturas a serem menos poluentes, aplicando taxas ao gasóleo e na entrada nos centros urbanos. Também os períodos de descanso dos motoristas e a aplicabilidade de determinados horários no estrangeiro são fatores que, a breve prazo, encarecerão os preços dos transportes. O grande desafio será, pois, gerir estas situações sem perder margem de comercialização, já de si esmagada face à enorme competitividade. São ainda desafios, a inovação tecnológica, que o cliente exige para conhecer em tempo real o estado da sua carga e a manutenção de recursos humanos-chave. Na área da Navegação, é importante a instauração definitiva da paz social nos portos portugueses. Na logística, o desenvolvimento do 'e-commerce' traz notórios desafios na ótica do acompanhamento da inovação tecnológica e dos novos hábitos de consumo de uma geração digital.

2. O setor tem de agarrar três grandes oportunidades: a retoma das economias europeia e mundial, que implicam o crescimento das nossas exportações e importações; o investimento e o turismo em Portugal – se quem nos visita experimentar os nossos produtos, mais facilmente os procurará nos seus países –; o aparecimento de uma nova geração mais bem preparada e com hábitos de consumo diferentes (o produto tem que vir ao seu encontro e não o contrário).

### INOVAÇÃO É PRIORIDADE

1. Os desafios são constantes e estão associados à nossa capacidade para, em conjunto com o cliente, identificarmos as suas necessidades e disponibilizar as soluções adequadas em tempo real. Para além da maior disponibilidade de equipamentos/sistemas e dos tempos de resposta mais rápidos, há também o aumento da concorrência que obriga as empresas a serem mais eficientes e focadas no cliente. Hoje em dia falamos na intralogística 4.0, onde temos de conseguir dar resposta às novas tendências: automação; digitalização e conectividade. Bem como desenvolver um trabalho em torno da sustentabilidade, onde verificamos uma mudança nos transportes de movimentação de carga ao nível dos recursos de energia. Para além disso a complementaridade da oferta de serviços integrados e adaptados.

2. As oportunidades residem na capacidade que temos, enquanto fornecedor global de soluções de intralogística, em responder aos desafios e às novas megatendências. A aposta na inovação é a nossa prioridade. Temos um sério compromisso em desenvolver soluções que permitam otimizar armazenagem e melhorar a produtividade. Continuaremos a apostar em soluções cada vez mais integradas e no desenvolvimento de equipamentos sustentáveis e rentáveis. Como são as baterias de iões de lítio, onde somos pioneiros. Também ao nível da automação estamos um passo à frente. Criamos soluções automatizadas que garantem processos de transporte eficientes e seguros e que são totalmente integráveis na realidade dos clientes e na sua gestão de armazenamento.

### PROCURAR A DIFERENCIAÇÃO

1. São três as áreas nas quais enfrentamos os maiores desafios: em 2018, a percentagem de crescimento dos volumes em dois dígitos tem posto grandes desafios à gestão das operações logísticas que conduzimos, por exemplo, na otimização dos meios. Por outro lado, uma das nossas preocupações é a atração e retenção de talentos e de quadros qualificados, dedicados e ambiciosos, o que nos nossos dias é um verdadeiro desafio, dada a mudança cultural, de atitude e objetivos de vida associada às ambições da geração Millennial. Continua a ser premente, e um desafio continuado, a preparação da empresa para um futuro onde a inovação vai certamente requerer transformações no modelo de negócio. Neste âmbito, encetámos colaborações estreitas com tecnológicas, cujos produtos ou serviços poderão ser instrumentais na transformação da gestão das cadeias de fornecimento, para que possamos estar na linha da frente da inovação e das soluções que definirão o futuro do setor.

2. Como sempre, as maiores oportunidades encontram-se nos serviços 'premium' e de valor acrescentado que nos podem diferenciar neste mercado. Neste âmbito, a GEFCO tem vindo a desenvolver novos serviços, como os que se integram na oferta 'GEFCO Special', com soluções personalizadas e à medida das necessidades dos nossos clientes, ou ainda novos serviços diferenciadores na área da logística automóvel, que nos permitem oferecer aos nossos clientes, um maior controle e visibilidade sobre os processos da sua cadeia logística.

DANIELA SIMÕES

Administradora  
Business Development

# Inovação enquanto condição de sobrevivência

Numa era em constante mutação, a que os setores da logística e do transporte não são alheios, a inovação tem de ser entendida como condição de sobrevivência. Inova-se quando se investe numa nova ferramenta tecnológica, mas também quando repensamos um processo de modo a que melhor possa servir o objetivo final a que se destina. O que digo, é que é necessário investir, mas é vital olhar todos os dias para o que fazemos e ver de que forma podemos melhorar em cada função.

A tecnologia está há muito presente, e de variadíssimas formas, em todos os setores. Caminhamos para a economia digital e para a desmaterialização dos processos administrativos. É uma alteração de fundo na sociedade em que vivemos e de cujos benefícios todos poderemos usufruir a breve trecho, já que vai conferir maior eficiência e flexibilidade aos processos de tomada de decisão, tornando-os capazes de acompanhar as constantes mutações do mercado e as necessidades dos clientes.

Acredito que os investimentos que vimos levando a cabo na Luís Simões de há alguns anos a esta parte são a base para que possamos caminhar neste sentido.

## Digitalização e ambiente

O objetivo final de uma supply chain digital é mais do que a desmaterialização da documentação relativa à movimentação de bens. É tornar acessíveis, on line

e on time, os registos, e poder integrá-los ao longo da cadeia, a montante e a jusante, com ganhos de produtividade para todos os intervenientes, para além dos benefícios a nível ambiental, associados à drástica redução de papel em toda a cadeia.

## Gigaliners: opção sustentável

Porque assumimos como missão garantir soluções eficientes e competitivas de transporte e logística no intuito de promover a satisfação dos nossos clientes (e outras partes interessadas) dos pontos de vista económico, social, e ambiental, fomos pioneiros na introdução de Gigaliners no mercado ibérico. Desde 2014 que operamos com esta tipologia de veículos que permite obter ganhos ambientais com uma redução de cerca de 30% das emissões de dióxido de carbono por tonelada transportada. Atualmente contamos com 10 unidades ao serviço de clientes estruturais, e ampliaremos este tipo de frota sempre que esta seja a solução mais adequada e rentável para todos os intervenientes.

## Segurança e produtividade

A segurança de pessoas e bens é um dos valores da Luís Simões. Recentemente, e num investimento que atingiu cerca de 1 milhão de euros, acompanhamos a partir de uma Control Tower localizada no nosso centro de operações do Carregado a segurança (de

peças e bens) no interior e exterior de todas as nossas instalações a nível ibérico, e a rastreabilidade da mercadoria que transportamos nos nossos veículos, a título de exemplo. Operacional 24/7/365, conseguimos uma redução de 30% nas incidências de segurança e, desde a implementação, reduzimos em 80% o tempo de resposta a incidências ocorridas nas operações, desde as 36 horas iniciais até às 7 horas máximas atuais. Esta é uma aposta na inovação que permite uma otimização dos custos ligados à segurança.

## Logística para o e-Commerce

Totalmente integrada nas operações diárias da Luís Simões desde 2013, a logística para o e-Commerce conta com mais de 5.000m2 dedicados a este tipo de serviços, onde se levam a cabo cerca de 4.000 expedições diárias. Deste serviço destaco o armazenamento, a preparação de pedidos por unidade, o packaging, a gestão administrativa e a distribuição, que ajustamos às necessidades de cada cliente.

Os clientes que nos confiaram este serviço falam por si: Nestlé Dolce Gusto, Nespresso, O Boticário, Concentra, e CR7 Shoes, sendo que este último inclui envios para todo o mundo.

Também para esta tipologia de operações sentimos a necessidade implementar soluções tecnológicas que permitam o aumento da produtividade na operação: o pick & put to light, um sistema que permite a redução dos tempos de preparação das encomendas, a eficiência nas tarefas de picking e a redução da probabilidade de erro.

Criada em Portugal há cerca de 70 anos, a Luís Simões é o operador logístico de referência, líder no mercado de fluxos rodoviários entre os dois países ibéricos. Atualmente gere uma frota de 2.100 viaturas (próprias e subcontratadas) e conta com 2002 colaboradores, prestando serviços integrados de logística e transporte. Todavia, foi numa carroça que começou o sonho da Luís Simões, na década de 1930, transportando hortaliças e frutas para os mercados abastecedores de Lisboa e Malveira. Setenta anos depois, e com duas gerações da família Simões na condução dos negócios, perseguimos e prosseguimos com a nossa missão de criar prosperidade e de acrescentar valor aos nossos clientes, aos nossos colaboradores, e à sociedade em geral.





USA ■ PORTUGAL ■ SPAIN

[www.jtmsa.com](http://www.jtmsa.com)

**AIR | SEA | LOGISTICS**

**JTM GROUP – Join The Moment Forwarding**

*Especializados em transporte aéreo e marítimo, asseguramos disponibilidade 24/7 aos nossos clientes e parceiros a nível mundial.*

*No sentido de satisfazer as necessidades e garantir a diferença nos serviços prestados, investimos essencialmente nos recursos humanos, inovação e tecnologia mas, é através da equipa de profissionais dedicados e especializados que garantimos a satisfação e a fidelidade dos clientes.*

Com o slogan *“when there’s a will there’s a way”* a nossa equipa orgulha-se de atingir a excelência nas mais diversificadas opções de logística que oferecemos nos distintos aspetos do processo.

Desde o mais simples transporte ao mais específico **AOG, PHARMA, Fashion e AVI**, vivemos a logística como uma extensão de nós mesmos.

*Parabéns a toda a equipa JTM Group, SOMOS PME EXCELÊNCIA 2017!*



excelência'17

