



LOGÍSTICA E TRANSPORTES VIVEM TEMPOS DE TRANSFORMAÇÃO

Transformação parece ser a palavra de ordem da atividade logística e de transportes. Sector crucial para o funcionamento da economia e com um peso relevante no PIB nacional, esta área de atividade enfrenta os desafios da inovação tecnológica, da globalização e da sustentabilidade

É um facto assente que cadeias logísticas eficientes são uma peça fundamental para a competitividade económica de um país e, por isso, a eficiência logística e a necessidade de mais transportes (rodoviários, marítimos, ferroviários ou aéreos), dotados de infraestruturas adequadas e eficazes, são temáticas que estão na ordem do dia sempre que se analisa este sec-

tor de atividade, que representa cerca de 10% do PIB. Juntam-se as tendências de digitalização aceleradas pela pandemia, a reorganização das cadeias de abastecimento, e a consequente rede de transportes numa era de globalização crescente e ainda questões relacionadas com a sustentabilidade do negócio, que também continuam a marcar a atualidade da atividade deste segmento de mercado.

NOVOS DESAFIOS

O atual cenário mostra que o sector está em grande transformação, uma realidade que se acelerou com a pandemia, já que os diferentes *players* deste mercado tiveram de antecipar algumas das medidas que estavam na “gaveta” para dar resposta às novas necessidades do mercado. A panóplia de soluções tecnológicas direcionadas para este mercado tem-se multiplicado,

desde soluções informáticas de gestão e controlo de frotas a aplicações para gestão de armazéns, com recurso a *smartphones* ou *tablets*, sistemas de gestão de tráfego ou robôs inteligentes. Uma oferta tecnológica que confirma o impacto que o sector tem no desenvolvimento económico e na competitividade empresarial. Por isso, e tal como em tantos outros sectores de atividade empresarial, as cadeias de abasteci-

mento e o sector dos transportes a elas associado enfrentam o desafio da digitalização, um tema que, a par da subida dos preços dos transportes e da sustentabilidade ambiental, esteve no centro do último congresso da Associação dos Transitários de Portugal (APAT). O congresso foi palco de análise da atividade, que também sofreu o impacto da covid-19 e que agora enfrenta a subida generalizada do preço dos combustíveis, tal como a escassez de contentores de transporte de mercadorias e com a concorrência mais aguerrida entre os diferentes *players*. Na ocasião, António Nabo Martins, presidente executivo da APAT, não deixou de referir também a preocupação com a falta de mão de obra. “Estamos a viver grandes alterações no trabalho, quer na vertente mais operacional quer na separação, seleção e distribuição”, afirmou.

LIDAR COM A MUDANÇA

A par das inovações protagonizadas pela logística, muitas delas fruto do aparecimento de *startups* com ideias disruptivas para a atividade, também o mercado dos transportes de mercadorias tem estado na vanguarda da inovação tecnológica. Os fabricantes, por exemplo, têm vindo a desenvolver tecnologia para preparar a transição energética e responder ao compromisso de 2040 de carbono zero. O sector dos transportes está igualmente empenhado em diminuir os custos operacionais e a adotar veículos de última geração, com rendimentos superiores aos anteriores, para diminuir o impacto ambiental. Contudo, a atualidade pandémica trouxe outros fatores disruptores, como a falta de matérias-primas e uma cadeia

logística com algumas lacunas para dar resposta às necessidades. Veja-se o exemplo do transporte marítimo, que, devido aos atrasos, vive momentos de incerteza por não conseguir colocar na Europa matérias-primas em falta. Este cenário evidencia o peso que o transporte tem na cadeia logística e a sua importância para o bom funcionamento da economia. Um sistema de transporte desadequado, seja de que tipo for, além de encarecer os custos do processo logístico, compromete o desenvolvimento da atividade. Em suma, de nada servem estratégias de armazenamento ou distribuição sofisticadas e tecnologicamente inovadoras se no limite a etapa do transporte não for bem-sucedida e não se cumprir uma dimensão fulcral em todo o processo: o cumprimento dos prazos de entrega adequados às necessidades de quem compra. Ou seja, mesmo com todo o avanço tecnológico que possibilita a troca de informações em tempo real, o transporte é uma peça essencial para que se cumpra o objetivo final de uma cadeia logística: transportar o produto certo, na quantidade certa,

na hora certa, ao lugar certo e com o menor custo possível. Tecnologias de informação que permitam fazer um planeamento e um controle mais rigoroso das operações e que encontrem soluções intermédias que permitam reduzir custos são por isso, e cada vez mais, uma aposta de investimento das empresas. Desta forma, as empresas têm agora de lidar com as mudanças impostas pelas novas ferramentas tecnológicas, como o comércio eletrónico e as plataformas digitais, que transformaram as cadeias de abastecimento e o negócio logístico, e ainda com o aumento de crimes cibernéticos. Sem esquecer que todas estas transformações/inovações impõem uma inevitável requalificação dos recursos humanos ao nível da formação e da mudança de mentalidade e comportamento. Ainda recentemente Raul Magalhães, presidente da Associação Portuguesa de Logística (APLOG), a propósito de um debate sobre os desafios e as oportunidades que se apresentam ao país numa altura em que tanto se fala da necessidade de repensar a globalização, referia publi-

camente que a globalização está mais ameaçada pela sustentabilidade do que pela rentabilidade das operações. Lembrou também as tendências aceleradas pela pandemia, as tensões nas cadeias de abastecimento, a crise dos contentores, a globalização, a digitalização, a sustentabilidade, bem como a aposta na tecnologia e no *reskilling* dos recursos humanos.

E-COMMERCE MOVIMENTA LOGÍSTICA E TRANSPORTES

O aumento das compras *online* tem sido igualmente uma peça fulcral na dinamização do sector da logística e transportes no último ano e meio, período em os consumidores aumentaram as compras em lojas virtuais, que necessariamente tiveram que recorrer a serviços de entregas para fazer chegar os produtos a casa dos clientes. Veja-se o caso do último *CTT e-Commerce Report 2021*, que aponta para o crescimento na ordem dos 46% do *e-commerce B2C (Business to Consumer)* em Portugal no ano passado. De acordo com este relatório, o valor total do comércio eletrónico em 2020 foi na ordem dos €4,4 milhões. Constata-se ainda que os portugueses aderiram às compras através da internet, estimando-se que no final deste ano haja 4,6 milhões a comprar *online*. O relatório revela também que, relativamente à origem das compras “e como consequência dos efeitos da pandemia nos transportes e cadeias de abastecimento internacionais”, o crescimento de *e-sellers* de Portugal e Espanha ganhou importância. Pelo contrário, registou-se uma queda acentuada das compras e da inerente circulação de produtos oriundos da China e do Reino Unido.



REPSOL INOVA A PENSAR NOS CLIENTES

“Estamos num período de transição, não apenas de transição energética, mas também de transição digital. Estes são os dois grandes desafios para o futuro”, explicou José Martinez, responsável de Fidelização da Repsol Portugal. Comprometida com a transição energética, a Repsol quer aumentar o portefólio de produtos e serviços, sempre com o cliente no centro dos projetos

Quais as apostas atuais da Repsol?

A Repsol está comprometida com a transição energética. Fomos a primeira empresa do sector a assinar o Protocolo de Quioto e a assumir o objetivo de neutralidade carbónica até 2050. O nosso roteiro de descarbonização assenta na multienergia e na neutralidade tecnológica.

No nosso Plano Estratégico 2021-2025, para além de reforçarmos este desígnio, aceleramos a transformação, com metas intermédias de redução de emissões mais ambiciosas e alocamos um maior investimento aos negócios de baixas emissões. Queremos garantir uma transição energética gradual, inclusiva, eficiente e aproveitar todas as infraestruturas existentes, pois acreditamos que a eletrificação não é, neste momento, a solução para todos os sectores, como, por exemplo, o dos transportes ou da aviação. Tanto num como noutro temos indagado fontes de energia alternativas para cumprir o nosso desígnio corporativo.

Apostamos num *mix* energético, onde os biocombustíveis, os combustíveis sintéticos, o autogás, o gás natural veicular, a eletricidade e o hidrogénio terão um papel importante. Estamos comprometidos com o desenvolvimento de todas estas tecnologias, ao mesmo tempo que garantimos as necessidades energéticas dos nossos clientes.



José Martinez, responsável de Fidelização da Repsol Portugal

Quais os produtos/serviços que são a vossa imagem de marca?

Neste sector, são importantes três vetores: o produto, o serviço e a rede. Logramos o nosso serviço de excelência, que tem sido reconhecido pelos principais sistemas de avaliação de marcas em Portugal, os nossos produtos energéticos – que estão na vanguarda da inovação – e a nossa rede de estações de serviço, mais de 500, distribuídas por todos os distritos

do país. Em termos ibéricos, contamos com cerca de quatro mil estações de serviço. Acreditamos que a nossa oferta integrada e versátil, coadjuvada pelos programas de fidelização, que estão em constante evolução por forma a atribuir mais ofertas e vantagens aos nossos clientes, fazem a diferença. Contamos com diferentes soluções energéticas para as diferentes necessidades e características dos negócios.

Qual a oferta específica para o sector profissional dos transportes?

No sector profissional dos transportes, o cartão Solred Profissional é, sem dúvida, uma solução que permite aos nossos clientes uma otimização dos custos. Devido à sua versatilidade de parametrização na resposta às necessidades dos mais exigentes gestores de frotas, é uma verdadeira solução diferenciadora. Foi concebido para colmatar várias lacunas existentes no mercado, pelo que abrange, num sentido mais lato, vários cartões numa única solução. É um cartão de crédito, ideal para centralizar a gestão financeira, na medida em que congrega vários produtos e serviços num único cartão. Permite um aumento do controlo e da segurança, por exemplo, na gestão de produtos, de portagens, de limites ou permissões, e ainda de bloqueios individualizados por cartão e utilizador.

No caso das frotas internacionais, os nossos clientes podem também usufruir dos acordos de utilização do cartão Solred/DKV para realizar abastecimentos, portagens e *ferries* por toda a Europa. Esta é uma considerável vantagem competitiva, visto que as economias são cada vez mais globalizadas e desterritorializadas. Ainda no sector dos transportes profissionais, contemplando não apenas as características competitivas das nossas ofer-

tas em cartões, mas também o tipo de energia, instalámos recentemente o nosso primeiro *e-hub* privado nas instalações da DPD Portugal. Esta solução de mobilidade elétrica permite carregar, simultaneamente, 30 veículos e está alinhada com a nossa estratégia de multienergia e de mobilidade sustentável dentro das cidades. A DPD Portugal tinha um objetivo muito claro de descarbonizar as suas entregas em Lisboa, sendo que a Repsol, numa solução personalizada que contemplava as características do negócio, foi ao encontro das necessidades.

Quais os principais desafios da empresa nos últimos tempos?

Estamos num período de transição, não apenas de transição energética, mas também de transição digital. Estes são os dois grandes desafios para o futuro. Em ambos temos liderado pelo exemplo e procuramos, como o nosso próprio *slogan* refere, inventar o futuro!

Recentemente, assistimos, na COP26, à pertinência dos países para alcançar as metas estipuladas no Acordo de Paris e reduzir o aquecimento global. Como tem sido o nosso apanágio, temos investido em novas soluções energéticas, que nos permitem, por um lado, alcançar a descarbonização da economia, e, por outro, continuar a salvaguardar as necessidades energéticas dos nossos clientes.

Na digitalização, queremos proporcionar verdadeiras experiências aos nossos clientes, estendendo ao *online* as vantagens e benefícios de ser cliente Repsol. Otimizar a sua experiência nos nossos canais e plataformas digitais

NO NOSSO ROTEIRO DE TRANSIÇÃO ENERGÉTICA O CLIENTE CONTINUARÁ A ESTAR NO CENTRO

com novas ofertas e integrações. O mais claro exemplo desta aposta foi o lançamento dos pagamentos *online* para os nossos clientes empresariais. As Áreas de Cliente foram otimizadas, e em apenas três passos é possível selecionar a fatura, escolher o método de pagamento – MB Way ou referências multibanco – e liquidar a fatura. Um procedimento usual no segmento particular, mas pioneiro no segmento profissional.

Houve dificuldades empresariais em tempo de pandemia?

Tivemos, também aqui, desafios, que enfrentámos colocando a saúde e segurança das nossas pessoas, clientes e parceiros em primeiro lugar. Procurámos manter a proximidade – tão característica e reconhecida – com os nossos clientes. A grande maioria deles nunca parou, por forma a manter as cadeias de abastecimento, nevrálgicas para o normal funcionamento da sociedade. Mesmo num regime de trabalho mais digital, continuámos a prestar o apoio necessário para que pudessem manter as suas operações.

Esta adaptação foi possível graças à aposta prévia que até então tínhamos vindo a fazer nas nossas plataformas

digitais, na criação de novos canais de comunicação com os nossos clientes, mas também porque nas nossas mais de 500 estações de serviço mantivemos as portas abertas, com a mesma vontade de receber os nossos clientes e, uma frase que utilizamos internamente, sorrir com os olhos. Esta nossa proximidade, confiança e disponibilidade foram reconhecidas pelos nossos clientes, que nos deram o primeiro lugar nos principais sistemas de avaliação de marcas em Portugal. Ou seja, adaptámo-nos às circunstâncias e respondemos às novas exigências. Fomos sempre a solução e nunca o problema.

Qual a previsão de crescimento para 2021? E expectativas para o próximo ano?

Queremos aumentar o nosso portefólio de produtos e serviços. Manter o serviço de excelência e vislumbrar novas

vantagens, interligadas com a nossa oferta multienergética. No nosso roteiro de transição energética o cliente continuará a estar no centro, com cada vez mais soluções de mobilidade, alicerçadas numa oferta digital mais integrada, capaz de ir ao encontro das novas necessidades e expectativas.

Como empresa multinacional que somos, com presença em mais de 25 países, queremos que os nossos clientes possam tirar proveito desta projeção internacional, da nossa expressiva presença ibérica. Almejamos potenciar as nossas valências atuais e introduzir novas. Queremos desenvolver soluções personalizadas, com diferentes fontes de energia, ser um verdadeiro parceiro e ajudar os nossos clientes a prosperar nos seus negócios.

São objetivos ambiciosos, ao alcance de grandes empresas como a Repsol.



A SOLUÇÃO QUE AUXILIA OS GESTORES DE FROTA

A Frotcom, através do seu sistema inteligente de localização de veículos e gestão de frotas, está empenhada em ajudar as empresas na gestão das suas frotas de uma forma simples e eficaz, resultando num aumento evidente da produtividade, das margens e da qualidade do serviço

O Frotcom é uma solução 100% focada em gestão profissional de frotas rodoviárias, que tem como objetivo auxiliar os gestores de frota. Consegue abranger praticamente todas as necessidades da gestão de frotas, com um conjunto de ferramentas muito alargado, explica Gonçalo Serafim, diretor-geral da Frotcom Lusitana, empresa responsável em Portugal por esta solução que atualmente já está presente em mais de 40 países, utilizada por mais de 15 mil profissionais.

A oferta da empresa distingue-se, refere este responsável, pela forma como olha para as necessidades dos clientes. Aliás, cerca de 80% das funcionalidades que lançam no mercado tiveram na origem pedidos efetuados por clientes.

Apesar dos desafios que o sector enfrenta, entre os quais a pandemia e a rápida evolução tecnológica, a Frotcom tem-se apetrechado das ferramentas técnicas e dos recursos humanos para fazer face à competitividade do mercado.

PARCEIRO NAS FROTAS

A empresa quer continuar a fortalecer a sua imagem no mercado como parceiro na gestão de frotas inteligente, através da oferta de um pacote completo de serviços de te-



Gonçalo Serafim, diretor-geral da FROTCOM LUSITANA

lemática para frotas, incluindo a instalação, formação e assistência técnica para todos os tipos de frotas de veículos comerciais - automóveis, carrinhas e camiões.

“O Frotcom dispõe de várias ferramentas especialmente desenvolvidas para as necessidades dessas empresas, para as quais a gestão da frota é um elemento fulcral na sua gestão operacional, necessitando de ferramentas para controlo de tempos de condução, controlo de estilo de condução, descarga remota de tacógrafos e gestão de tarefas (*workforce management*), entre outros”, assegura Gonçalo Serafim.

O diretor-geral da Frotcom Lusitana afirma ainda que irão “continuar a dar especial atenção a este sector, que necessita efetivamente de soluções avançadas de gestão de frotas. No entanto, disponibilizamos as mesmas ferramentas para muitos outros sectores de atividade, incluindo o sector do transporte de passageiros, atividades que necessitem de gestão de frotas de ligeiros, etc”. A transformação digital já chegou aos clientes Frotcom, e, como tal, também a empresa procura cada vez mais fornecer ferramentas que possibilitem facilitar essa transição. Para isso, a Frotcom dispõe de uma equipa de I&D que está permanente-

mente a desenvolver a solução Frotcom, com o lançamento anual de novas funcionalidades e atualizações, como, por exemplo, no módulo de *workforce management*.

NOVIDADES EM DESENVOLVIMENTO

A organização prepara-se para, em breve, divulgar um dos novos desenvolvimentos, o sistema de controlo de viaturas *real-time tracking*, que com dados recolhidos das viaturas a cada segundo constitui a base de muitas das funcionalidades avançadas que a Frotcom lançará nos próximos meses. O diretor-geral da Frotcom Lusitana revela ainda que outra das funcionalidades que será lançada em breve consiste num módulo de *driver coaching* (formação de condutores), que permite analisar com rigor a condução durante um qualquer percurso, com dados de telemetria atualizados a cada segundo. Estas inovações fazem parte de um *roadmap* de lançamentos com que a empresa pretende dar cobertura aos pedidos de clientes e reforçar a sua posição de liderança no sector de gestão de frotas. Apesar da crise pandémica, 2020 acabou por ser um bom ano de vendas para a Frotcom, não apenas em Portugal, mas na grande maioria dos mercados onde está presente.



Soluções à medida da sua frota

Conheça a nossa gama de produtos e serviços que garantem a mobilidade e eficiência da sua frota. Seja de pesados ou ligeiros, de transporte de mercadorias ou de passageiros, conte com a qualidade das energias Galp. Juntos, formamos uma equipa de sucesso.



Contacte-nos através do **300 509 219** ou **clientes.empresas@galp.com**

empresas.galp.pt

FORD TRUCKS APOSTA NA PROXIMIDADE COM OS CLIENTES

2021 está a ser um ano de crescimento para a Ford Trucks. Representada pela OneShop, a empresa expandiu a rede de assistência a nível nacional e mantém a sua aposta na inovação

“**C**ontinuar a desenvolver os nossos recursos, humanos e técnicos, de forma a estarmos mais próximos dos nossos parceiros de negócio vai ser sempre a nossa principal aposta.” É desta forma que Bruno Oliveira, administrador da OneShop, Distribuição Automóvel, representante em Portugal da Ford Trucks desde 2019, explica a estratégia da empresa, que este ano consolidou o negócio com a abertura das instalações do importador em Meirinhas, num investimento que ultrapassou os cinco milhões de euros.

Aliás, e apesar da crise, a previsão do volume de negócio para 2021 é de €41 milhões, um crescimento 100% acima da faturação registada em 2020, com €20,5 milhões. Em 2023, a empresa quer atingir um parque circulante de mil veículos Ford Trucks nas estradas nacionais.

2021 está a ser um ano importante na expansão da rede de assistência a nível nacional, ainda que sejam alguns os desafios pelo caminho, como referiu Cabaça Ramos. Para este responsável, “dadas todas as restrições a que todos estivemos sujeitos em 2020, e tendo em consideração que o parque circulante mais que duplicou em 2021, apetrechar todas as Oficinas Autorizadas Ford Trucks com os conhecimentos necessá-



Equipa FordTrucks

rios para que possam prestar uma ajuda qualificada e num espaço de tempo o menor possível foi um dos maiores desafios”.

Cabaça Ramos destaca ainda o planeamento e a realização de formações em toda a rede, bem como a redefinição de stocks de peças existentes em cada uma das Oficinas Autorizadas Ford Trucks. Esta redefinição de stocks fica a dever-se ao aumento do parque circulante, mas também ao facto de este ano já terem sido vendidos alguns veículos de construção e alguns rígidos de uso de estrada. Tendo como fina-

lidade primeira dar o suporte necessário aos veículos Ford Trucks e, consequentemente, aos seus parceiros, este desafio é contínuo, e as ações mencionadas, complementadas com alguns melhoramentos funcionais, vão no próximo ano continuar a ser uma das prioridades.

INOVAÇÃO NOS TRANSPORTES

Com a sua atividade suportada fundamentalmente em quatro pilares – proximidade com o cliente, rede de assistência, produtos confiáveis e de alta qualidade e soluções financeiras –, a Ford Trucks

quer continuar a inovar nos produtos financeiros que disponibiliza aos clientes, tanto para os veículos de longo curso como para os veículos de construção.

De acordo com Bruno Oliveira, administrador da Ford Trucks, “procurámos, por outro lado, não deixar que o aumento do preço das matérias-primas, e, consequentemente, o preço dos veículos prejudiquem o nosso desempenho”.

ATENÇÃO AO CLIENTE

Desde o início da atividade que uma das preocupações da empresa é responder às expectativas dos clientes, mas tentando sempre ser inovadora na oferta comercial proposta, referiu António Legas, responsável pela Campanha 6 Plus. “Criámos a primeira campanha em Portugal para veículos pesados com taxa de juro de 0,0% e três anos de garantia total. Para fazermos face às alterações das condições comerciais, nomeadamente ao aumento global do valor das matérias-primas, criámos a Campanha 6 Plus, para conseguirmos dar continuidade às excelentes condições de aquisição, aliadas a uma garantia de seis anos, que julgamos também ser pioneira em Portugal, para que os nossos empresários sintam também maior confiança e segurança no seu dia a dia”.

“O DESAFIO PARA O PRÓXIMO ANO VAI SER, SEM DÚVIDA, MANTER A CADEIA LOGÍSTICA COM UM NÍVEL NECESSÁRIO DE OPERACIONALIDADE”

Vantagens onde quer que vá

O cartão aceite em **mais de 3 900 postos** em Portugal e Espanha que lhe oferece os melhores descontos e serviços.



Entre na maior Rede Ibérica, pela via certa.

Adira já ao cartão **Solred** frota através do tel. **213 119 107** ou do e-mail sacsolred.pt@repsol.com

Esperamos por si.



REPSOL

APLOG PREPARA ESTUDO SOBRE LOGÍSTICA EM PORTUGAL

Com o objetivo de preencher uma lacuna no mercado, a inexistência de informação sistematizada e de valor acrescentado relativa à oferta e valências de âmbito logístico existentes em Portugal, a Associação Portuguesa de Logística (APLOG) e a KPMG estão a preparar um estudo sobre a logística em Portugal que quer ser um fator diferenciador e de valor acrescentado para as empresas. O estudo *A Logística em Portugal - Inovação, Tendências e Desafios do Futuro* pretende ser diferenciador, na medida em que permitirá contribuir para uma melhor caracterização e identificação do que o sector nacional da logística tem para oferecer em Portugal e, nesse sentido, dotar as entidades, instituições e empresas nacionais e estrangeiras de informação crítica relativa a uma área-chave para a competitividade: a logística e a cadeia de abastecimento. Desta forma, assume-se como uma ferramenta para apoio na tomada de decisões, como investimentos, implementação de negócios, localização de unidades produtivas ou definição de modelos de distribuição. Refira-se que o último estudo realizado em Portugal neste âmbito foi efetuado há cerca de 20 anos. O estudo *A Logística em Portugal - Inovação, Tendências e Desafios do Futuro* iniciou-se em maio de 2020, prevendo-se a sua conclusão em dezembro.



DHL ACELERA INOVAÇÃO LOGÍSTICA NO MÉDIO ORIENTE E ÁFRICA

A DHL, especialista global em serviços logísticos, lançou o seu Centro de Inovação Móvel para o Médio Oriente e África (MEA) no Dubai. A instalação, de 450 m², localizada no Logistics District no Dubai South, tem a particularidade de poder ser facilmente montada e desmontada, pronta para seguir para o próximo local. Trata-se de um edifício modular que foi enviado para o Dubai em contentores provenientes da Alemanha, antes de ser montado no local. Prevê-se que a instalação permaneça no Dubai até 2022, mudando-se depois para o Qatar.

O Centro de Inovação MEA de última geração apresentará uma plataforma colaborativa para clientes, parceiros e *thought leaders* resolverem desafios logísticos complexos, aprenderem sobre as últimas tendências em logística e conectarem-se com os inovadores da indústria em toda a região do Médio Oriente e África.

Também acolherá uma seleção de exposições construídas em torno de tecnologias-chave que irão moldar a indústria da logística no futuro, juntamente com provas de conceitos implementados com sucesso nas operações da DHL. As exposições foram selecionadas para refletir os requisitos únicos dos clientes da DHL na região, com foco em IoT, Artificial Intelligence, Robotics, Bionic Enhancement e Data Analytics nos domínios de análise da cadeia de fornecimento, *warehouse digital twins* e otimização de entregas *last-mile*.

Este é o quarto centro de inovação da DHL a nível global, depois de Chicago, EUA, Colónia, Alemanha, e Singapura, e o primeiro completamente móvel. "Os centros de inovação são a peça de exposição do programa de inovação da DHL, que apresenta a sua própria divisão de pesquisa de tendências, metodologias comprovadas de *workshops* de inovação e um calendário de eventos de liderança de pensamento que mergulham profundamente nas tecnologias que vão impactar a indústria da logística. O CI MEA irá integrar esta abordagem e oferecer aos nossos clientes uma agenda altamente relevante, que reflete as possibilidades de operar na região", explicou Matthias Heutger, vice-presidente sénior e chefe global de Inovação e Desenvolvimento Comercial das Soluções para Clientes e Inovação da DHL. Katja Busch, diretora comercial e diretora de Soluções para Clientes e Inovação da DHL, frisou também que o sucesso futuro "é construído com base na forma como apoiamos os clientes num panorama empresarial e logístico em rápida evolução. Estamos ansiosos por trazer inovação centrada no cliente, inspirando ideias e aplicando as nossas metodologias de inovação comprovadas para resolver os problemas dos nossos clientes, de forma que os colegas na região possam apoiá-los a navegar pelas mudanças com confiança".

XPO NOMEIA RESPONSÁVEL NA EUROPA DO SUL E MARROCOS

A XPO Logistics (empresa global de serviços de transporte e distribuição de mercadorias) tem uma nova responsável pelos serviços aéreos e marítimos do negócio global de *forwarding* na Europa do Sul e em Marrocos. Carla Nascimento foi nomeada para o cargo e, juntamente com Ignacio Molina, responsável aduaneiro da empresa, irá liderar uma equipa de cerca de 30 profissionais. A XPO Logistics explicou que a promoção de Carla Nascimento é uma evolução, depois de esta profissional ter integrado a empresa em 2020, como gestora comercial para Espanha e Portugal, responsável pelo desenvolvimento estratégico das relações com os clientes. Anteriormente, esta profissional tinha passado por diversas empresas no sector da logística e dos transportes, assim como pelo sector da consultadoria.

Recorde-se que a XPO Logistics presta serviços de transporte de mercadorias principalmente de cargas completas e parciais e em paletes. A empresa recorre a tecnologia própria, concretamente ao portal de cargas XPO Connect, para transportar os produtos de forma eficiente, através das cadeias de abastecimento. Com sede em Connecticut, nos Estados Unidos, a sua rede global abarca 50 mil expedidores através de 756 centros e quase 42 mil funcionários.



DB SCHENKER PROMOVE INVESTIMENTO NO SECTOR DA LOGÍSTICA

A DB Schenker, um dos principais fornecedores mundiais de logística especializado em serviços de transporte terrestre, aéreo e marítimo, lançou uma unidade de negócio para apoiar e dinamizar o empreendedorismo no sector da logística. Designa-se Schenker Ventures, é um fundo de investimento que vai promover a inovação no domínio logístico, concretamente através da colaboração com empreendedores e fundadores de novos projetos. Por um lado, a Schenker Ventures irá estruturar todas as atividades de capital de risco da DB Schenker e atuar como um investidor a longo prazo em empresas emergentes nos campos da logística e gestão da cadeia de abastecimento. Por outro, o estudo de risco dos projetos será feito conjuntamente com a MVP Factory. Os fundadores selecionados receberão os recursos necessários para lançarem as suas empresas. O CEO da DB Schenker, Jochen Thewes, afirmou que querem ser o principal motor de novas ideias dentro da cadeia de abastecimento e da indústria logística. "A Schenker Ventures desencadeará a inovação através da criatividade, determinação e liberdade empresarial. Estamos a dar início a um novo capítulo de projetos empresariais e de inovação", explicou. "As grandes ideias precisam de liberdade empresarial. Os fundadores de empresas devem ter controlo sobre as suas ideias. Portanto, o nosso objetivo é criar um ambiente em que mantenham a plena propriedade e controlo das suas novas empresas."



INDRA TRABALHA NA JANELA ÚNICA LOGÍSTICA ESPANHOLA

A Indra está a trabalhar no desenvolvimento e implementação da Janela Única Logística espanhola. Chama-se SIMPLE (SIMplification of Processes for a Logistic Enhancement) e é um dos projetos preponderantes da Indra no âmbito dos transportes e da logística. Conjuntamente com a Minsait, a multinacional tecnológica vai "desenvolver e implementar a Janela Única Logística espanhola, que integrará toda a informação da atividade do transporte de mercadorias e a logística em Espanha", avançou a Indra em comunicado.

Esta solução inovadora, referiu a empresa, que tem vindo a conquistar espaço junto dos operadores de transporte e logística, é importante para garantir a "rastreadibilidade de documentos e da carga através da *blockchain*, permitindo que todos os agentes e modos de transporte da cadeia logística interajam telematicamente através da digitalização e integração dos seus dados e documentos".

A Indra esclarece que a *blockchain* aplicada ao sector dos transportes protege as operações, ao permitir maior transparência e rastreabilidade, por um lado, e, por outro, elimina "a necessidade de intermediários para salvaguardar a inviolabilidade dos dados ou possíveis fraudes, uma vez que a própria natureza desta tecnologia garante a transparência e a imutabilidade dos registos". A par deste projeto, a multinacional tem vindo a apostar no recurso à *blockchain* como forma de assegurar uma maior segurança das transações, como foi o exemplo recente de utilização nas portagens. A Indra adicionou ao seu sistema de *backoffice* de portagens a capacidade de registar as trocas de informação mais sensíveis entre diferentes operadores, utilizando a *blockchain*. O objetivo é oferecer a operadores e concessões uma solução ainda mais robusta e fiável, que permita registar qualquer operação de um modo rápido e eficaz. Os trabalhos estão a ser realizados no âmbito do projeto europeu de I+D+i Critical-Chains, onde a Indra lidera o caso de uso de transportes. A empresa estabeleceu uma parceria com a ROADIS, uma multinacional do sector das infraestruturas, com o objetivo de validar esta solução tecnológica numa das autoestradas que a empresa opera no México: a Monterrey-Salttillo (CAMS). Aplicar *blockchain* nos processos e transações que se realizam nos sistemas de *backoffice* de um sistema de portagens (integridade das operações, *clearing* entre operadores, pagamentos à entidade central, auditoria financeira, controlo de fraude, etc.) permite reduzir os conflitos entre os diferentes *players*, devido a possíveis discordâncias, protege contra possíveis ciberataques e facilita as tarefas de liquidação (*settlement*) e auditoria. Adicionalmente, também reduz possíveis problemas na gestão das listas de utilizadores bloqueados por atrasos no envio dos registos de matrículas e tipo de veículo que passou a portagem num determinado momento.

AZAMBUJA ACOLHE PLATAFORMA LOGÍSTICA SUSTENTÁVEL

O Azambuja Green Logistics Park é um projeto que deverá estar concluído no final do próximo ano e que representa o primeiro investimento logístico da gestora alemã Aquila Capital no mercado nacional. Trata-se de uma plataforma sustentável que terá painéis fotovoltaicos instalados em todo o telhado e que deverá ser certificada como BREEAM VERY GOOD. Em fase de construção, o Azambuja Green Logistics Park contempla um armazém logístico de 115.000 m² na Azambuja, um lugar de localização privilegiada, a 35 km de Lisboa, para os utilizadores da logística da Big Box, e um *hub* logístico que já conta com a presença dos principais intervenientes no sector da distribuição. O Azambuja Green Logistics Park está a ser desenvolvido seguindo normas de eficiência energética e sustentabilidade na cadeia de abastecimento e construção, para reduzir as emissões de CO₂. O projeto irá incorporar uma bacia de retenção de água, devido à baixa capacidade da rede de drenagem natural. "Com este projeto de logística verde, estamos a seguir a nossa estratégia de investimento para o mercado português. Temos o privilégio de oferecer uma oportunidade de beneficiar das atrativas oportunidades de crescimento no sector da logística em Portugal, ao mesmo tempo que temos um impacto ambiental positivo. Estamos empenhados em continuar a crescer no sector da logística em Portugal", afirmou Rolf Zarnikow, responsável pela gestão de investimento em imobiliário da Aquila Capital.

