



ESPECIAL
**Perspetivas
de crescimento num
dos setores logísticos
mais exigentes:
a logística de frio**





Perspetivas de crescimento

É UM DOS SETORES LOGÍSTICOS MAIS EXIGENTES QUE PRESSUPÕE GRANDES NÍVEIS DE QUALIDADE. A EVOLUÇÃO DAS EMPRESAS DESTACADAS NESTE ESPECIAL TEM SIDO NOTÓRIA COM NÍVEIS DE CRESCIMENTO E VOLUMES DE FATURAÇÃO MUITO POSITIVOS TENDO EM CONTA OS ATUAIS CONSTRANGIMENTOS ECONÔMICOS. SÃO MUITAS AS APOSTAS PARA 2014 POR PARTE DA FRISSUL, DA STEF PORTUGAL, DO GRUPO RANGEL, DA UNIVEG E DA RETA QUE LHE DAMOS A CONHECER NESTE ESPECIAL.

TEXTO: CLÁUDIA PINTO

O aumento significativo do preço da eletricidade e do gás trouxe alguns constrangimentos aos operadores de logística de frio, situação essa que teve um grande impacto nos custos das empresas, quer a nível de armazenagem, quer a nível de transportes. “De qualquer forma, a maior oferta do número de lojas por todo o país, o aumento do número de referências e um aumento da qualidade tem permitido que este setor se mantenha bastante ativo e com crescimento na maioria dos casos”, explica Afonso Almeida, administrador da Frissul. A empresa reforçou “a sua liderança na armazenagem de congelados com a aquisição da Frigomato no Porto”, passo muito importante que marcou o início do ano de 2013. “O crescimento da empresa tem sido muito na área dos transportes, estando presente em todos os canais de distribuição, nomeadamente, no Horeca, quer em produto congelado, quer em produto refrigerado”, acrescentou o responsável. No total, ambas as empresas registaram uma faturação no final do ano transato a rondar “os 15 milhões de euros”.

Os anos têm sido, como sabemos, de enorme pressão sobretudo sobre os custos. Há que adotar estratégias focando-as em boas decisões. Esta é a opinião de Sérgio Soares, Diretor Geral da STEF Portugal que considera que



os últimos anos têm sido “de confirmação de vantagem competitiva associada a um procedimento firme”. Ainda que esta empresa tenha verificado um crescimento de cerca de 5 por cento, num total a rondar os 40 milhões de euros, o seu responsável considera que, na generalidade, “os operadores logísticos especializados no frio têm verificado as chegadas e partidas de concorrentes do seu mercado”, o que deixa transparecer a atual exigência e diferenciação deste setor face a outros.

O mercado dos operadores logísticos é exigente e tem elevados padrões de qualidade, quer no respeito aos serviços, quer ao nível de infraestruturas. “Apesar da concentração, pensamos que o consumidor tem beneficiado da livre concor-

rência entre operadores não sendo este um mercado que apresente qualquer tipo de ineficiências”, defende Vitor Figueiredo, administrador da Univeg. O maior desafio para as empresas de logística de frio reside precisamente no clima económico que se vive em Portugal. Ainda assim, a Univeg considera-se resiliente comparativamente a outras empresas. O seu administrador explica porquê: “O mercado onde trabalhamos, o dos bens alimentares perecíveis, não foi onde se verificou uma diminuição mais acentuada dos volumes transacionados pelo facto de se tratarem de bens de primeira necessidade.” Ainda assim, houve uma clara “alteração dos padrões de consumo e na prática, os produtos com maior valor unitário por kg foram claramente



preteridos em relação a produtos mais baratos”, sublinha. Esta realidade exerceu grande pressão sobre os operadores mas Vitor Figueiredo consegue apontar aspetos positivos da crise, como por exemplo, o “grande incentivo para que as empresas que tradicionalmente fazem a sua logística e transporte com meios próprios optem pelo *outsourcing*”.

Os números do Grupo Rangel deixam também transparecer algum otimismo. Senão veja-se: “o Grupo Rangel registou, em 2013, um volume de faturação de 130 milhões de euros, um aumento de cerca de 10 por cento face a 2012”, refere o seu administrador, Nuno Rangel. Apesar da situação económico-financeira que o país atravessa, a empresa espera manter-se em contraciclo no decorrer de 2014.

Também a Univeg registou uma faturação positiva, a rondar os 8,7 milhões de euros, representando um crescimento de 20 por cento em relação a 2012 apesar de todos os condicionalismos macroeconómicos. “Atribuímos este crescimento não só à consolidação da imagem da Univeg enquanto operador logístico de referência no setor dos perecíveis mas também a uma maior predisposição por parte dos clientes em optar pelo *outsourcing* da sua operação logística”, refere Vitor Figueiredo.

Apostas num ano de transição

O Grupo Rangel foca-se bastante no seu processo de internacionalização com o objetivo de atingir 50 por cento da faturação total num prazo de cinco anos, proveniente de mercados externos. “Um dos objetivos da internacionalização é fazermos um triângulo entre Portu-

gal, Brasil e África, com destaque para Angola e Moçambique, para podermos ajudar nas transações de empresas que importam e exportam de e para estes países”, justifica Nuno Rangel. O Grupo está neste momento a estudar potenciais mercados, seja em África, seja na América Latina seguindo uma estratégia de internacionalização, não só através dos países com os quais Portugal mantém boas relações mas também aqueles que são “economicamente interessantes”.

Estratégia diferente é conduzida pela Frissul. Neste caso, o empenho e a prioridade passam muito pelo mercado nacional. “Continuamos a acreditar em Portugal e para 2014, a nossa aposta passa por crescer, quer na armazenagem, quer na área dos transportes”, salienta Afonso Almeida. No que respeita à internacionalização, a empresa pretende “colaborar com os clientes em operações de transportes para exportação e importação de produtos de frio”. Outra das áreas a que a Frissul pretende dar atenção passa pelo “transporte internacional, quer em carro completo, quer em grupagem” bem como os contentores, quer de importação, quer de exportação para todo o mundo.

A Reta, enquanto prestador de serviços ao setor de transportes e logística de frio inicia este ano “a comercialização dos novos semirreboques frigoríficos da marca Lecitrailer. Trata-se de um equipamento inovador que reúne todas as condições para atividade de alimentos sob temperatura controlada e que cumpre todas as exigências que um operador logístico requer para a sua atividade”, explica Paulo Caires,



Diretor de Marketing e de Vendas da empresa. No que respeita à faturação, a Reta conta crescer “sem deixar de investir no desenvolvimento de novas áreas de negócio.” A internacionalização não faz ainda parte dos planos apesar de a discussão se vale ou não a pena apostar neste objetivo ser frequente na empresa. “Não obstante, o caráter limitado do mercado português, consideramos que ainda há muito a fazer. Os operadores logísticos trabalham com critérios de exigência elevadíssimos e neste contexto continuam a colocar-nos desafios que necessitam ainda de algum amadurecimento e sendo assim queremos consolidar a nossa posição”, avança Paulo Caires, deixando claro que a prioridade, para já, é crescer em Portugal e amadurecer o negócio antes de avançar para outros mercados fora do país. Além de a empresa ter o objetivo de aumentar a sua quota de mercado, a Reta pretende “solidificar o projeto de renting de semirreboques frigoríficos, quer da marca Lecitrailer, quer ao nível de outras marcas comercializadas pela empresa. A par



DIFERENCIAÇÃO PRECISA-SE

Lançámos o desafio aos entrevistados deste Especial. Quisemos saber que aspetos os diferenciam das empresas concorrentes e os torna tão importantes no setor da logística de frio. Desafio aceite, conheça as respostas.

Reta

A empresa diferencia-se pelos mais de 20 anos de experiência no mercado nacional. Considerando "a equipa profissional experiente, o nosso negócio é flexível, completo e adaptado às necessidades dos clientes", explica Paulo Caires.

No que diz respeito aos equipamentos, a empresa disponibiliza "uma gama de semirreboques frigoríficos multimarca para venda e um aluguer que se ajusta às necessidades de cada cliente, indo desde um dia até cinco anos."

No que concerne aos serviços de oficina, o conceito "one-stop shop" da Reta oferece a gama "mais completa de serviços de manutenção e reparação de tratores e semirreboques existente no mercado nacional, uma mais valia para os clientes que assim evitam custos e perdas de tempo associados a deslocações, pois encontram todos os serviços necessários ao bom funcionamento das viaturas num só local, desde a venda de peças até à reparação de motores de frio", remata o Diretor de Marketing e de Vendas.

STEF Portugal

O mercado da logística de frio tem hoje ofertas especializadas, reconhecidas e profissionalmente executadas pelos operadores. "A STEF é referente nesse mercado pela sua perenidade, manutenção do focus na qualidade

do seu serviço e na amplitude da sua oferta ao setor alimentar. Nenhuma outra companhia oferece um leque tão alargado de serviços a uma qualidade com um standard tão elevado sustentadamente", explica Sérgio Soares.

Univeg

A estratégia em Portugal passa por se tornar a primeira alternativa para um cliente que esteja a procurar o outsourcing de parte ou totalidade dos processos da sua cadeia de abastecimento.

"Posicionamo-nos essencialmente na logística de produtos alimentares num contexto multi-temperatura, multi-cliente e multi-fluxo (PBL, PBS). A gestão de operações com fluxos tensos é a nossa especialidade", explica Vitor Figueiredo. O facto de pertencer a um grupo mundial com experiência na implementação de "operações de grandes dimensões" oferece uma forte garantia de "fiabilidade, qualidade e know how", segundo o seu administrador. As várias empresas do grupo partilham entre si conhecimento e boas práticas. Vitor Figueiredo destaca a localização estratégica da infraestrutura, "quer pela sua dimensão (17 mil m²), quer pelo facto de oferecer uma solução de qualidade em qualquer tipo de temperatura desde -25°C até à temperatura ambiente passando obviamente pelos diversos níveis de temperaturas de frio positivo". Destaque ainda para meios tecnológicos de gestão que permitem monitorizar e controlar o trabalho desenvolvido e no que à distribuição diz respeito, a empresa orgulha-se de "oferecer soluções combinadas e flexíveis recorrendo à utilização de viaturas bi-temperatura."

Grupo Rangel

O investimento em Angola pela sua atratividade é uma das grandes diferenciações apontadas pelo Grupo Rangel. "Atualmente, dispomos de infraestruturas de frio com 1.000 m² e 7.000 m² de ambiente", salienta Nuno Rangel. A empresa dispõe de uma frota própria de frio destinada ao fornecimento de serviços de transporte e de distribuição, incluindo camiões "de capacidade de 25 toneladas e viaturas ligeiras para distribuição urbana". Dado a elevada procura de soluções logísticas de frio, o Grupo Rangel decidiu "aumentar para 4.500 m² a área de frio, e a qual terá uma capacidade para 6.100 paletes de congelados. Este projeto estará concluído até ao final do ano", salienta Nuno Rangel. Ainda no final deste ano, a aposta passará pela construção de mais um terminal logístico "para secos com 10.000 m² para a mercadoria comum e 2.000 m² para frio negativo e positivo. O projeto tem capacidade para armazenar 12 mil paletes e tratar 2.500 expedições por dia", foca Nuno Rangel.

Frissul

A empresa considera que a diferenciação da concorrência passa "pela atitude e por uma flexibilidade virada sempre para o nosso cliente", afirma Afonso Almeida. São estes os pontos em que a empresa investe para merecer "o reconhecimento do mercado e de um número crescente de clientes", acrescenta.

Uma vez que a cada ano que passa os preços são cada vez mais competitivos, o desafio é constante. "Oferecer serviços de qualidade a preços cada vez mais competitivos é uma oportunidade para fazer a diferença", conclui o administrador.

desta ambição, temos também já em 2014 a nossa representação comercial na zona Centro dos país de forma a dar um melhor e maior acompanhamento profissional aos clientes desta região", explica Paulo Caires.

A importância de comunicar bem com os clientes e prestar serviços de qualidade é a grande aposta deste ano da STEF Portugal. "É também um

ano importante de alargamento de tipologia de serviços, nomeadamente aqueles ligados a áreas mais complexas relacionadas com a gestão do aprovisionamento e os fluxos internacionais de exportação consolidados", explica Sérgio Soares.

A tónica no cliente e a importância de saber quais as suas reais necessidades dos clientes é uma preocupação da Uni-

veg que "ambiciona continuar a crescer". Vitor Figueiredo afirma que, "devido à incerteza sobre os padrões de consumo, a logística de congelados é uma das áreas que revela maior potencial de crescimento, o que se justifica pelo facto de estes produtos terem um prazo de validade superior e consequentemente apresentarem desperdício mais reduzido ao longo da cadeia de abastecimento." ❄