

Logística 4.0: redução de custos e desperdícios desde a primeira milha

Claudete Borges Ferreira (*)

Em uma economia global volátil, as cadeias de suprimentos estão cada vez mais vulneráveis e com altas taxas de interrupção nos processos

Se antes da pandemia, 40% dos pedidos sofriam alguma interrupção, a partir de 2020 esse número saltou para 60%, mostrando que existe uma necessidade urgente de desenvolver recursos específicos para tentar mitigar os efeitos de constantes interrupções na cadeia de fornecimento.

A principal estratégia adotada pela maioria das indústrias, principalmente do Brasil, cujos processos ainda são predominantemente manuais, é focar apenas na última milha do processo logístico, ou seja, quando os produtos são entregues ao cliente.

Apesar de ser óbvio que esse é um lugar importante para aplicar melhorias, não se pode esquecer de olhar mais para dentro de casa, ou seja, como implementar melhores práticas e investir nas tecnologias realmente necessárias, ainda na primeira milha que começa na abertura de requisições de compra.

Na estratégia de negócios, uma cadeia de suprimentos eficiente ajuda a reduzir custos e melhorar a experiência do cliente, oferecendo uma vantagem competitiva real frente aos concorrentes. Uma pesquisa da consultoria PwC Global apontou que as empresas que já investiram na digitalização de suas cadeias de suprimentos relataram uma redução de 6,8% nos custos e um aumento de 7,7% na receita.

Assim, os investimentos na automatização e integração de processos, viabilizados pela Indústria 4.0, modernizaram os serviços e iniciaram uma revolução industrial no setor de logística. Desde a escolha do fornecedor até o rastreamento das entregas, as novas tecnologias permitem entregar mais resiliência e flexibilidade às operações, aliadas a uma maior transparência em toda a cadeia de valor,

com melhor visibilidade desde a origem do produto até a entrega ao cliente final.

Ao mesmo tempo em que a pressão pela redução de custos é alta, o desafio não é apenas conseguir comprar mais barato, mas sim diminuir desperdícios, aumentar a vida útil dos equipamentos e, principalmente, mitigar as interrupções evitáveis, que são aquelas ocasionadas por paradas que poderiam ser mais bem programadas.

Chegamos então à pergunta que vale um milhão de dólares: como impulsionar a eficiência da cadeia de suprimentos? Com dados e inteligência. Inovadoras ferramentas digitais permitem identificar e mitigar riscos, desde que as informações não estejam armazenadas em silos, quando apenas um usuário ou grupo tem acesso a um enorme volume de dados gerados por todos os processos.

Uma transformação ponta a ponta exige uma mudança de mentalidade, integrando dados e entregando mais agilidade para a tomada de decisões.

Por isso, a importância de contar com uma plataforma única de gestão, que permita o compartilhamento de informações com segurança, a partir de políticas robustas de acesso. Além disso, o monitoramento deve ser constante, permitindo identificar rapidamente alguma falha ou, preferencialmente, uma possibilidade de falha, baseada em ações proativas.

Investir na digitalização e construir relacionamentos colaborativos com os parceiros em toda a cadeia de suprimentos, sejam os relacionados a insumos ou à tecnologia, é a melhor forma de enfrentar os desafios. Uma sólida rede de relacionamentos ao longo da cadeia, de ponta a ponta, coloca todos os envolvidos na mesma página.

E essa é a hora de impulsionar a eficiência e garantir mais vantagem competitiva a partir de soluções integradas, que não apenas automatizem processos, mas construam uma nova cultura de agilidade, resiliência, redução de desperdícios e maior valor agregado na cadeia de fornecimento.

(*) - É Gerente de Produtos da Atech.

Whatsapp Pay deve acelerar vendas e troca de mensagens

No final de março, o Banco Central aprovou o sistema de pagamento entre pessoas físicas pelo aplicativo Whatsapp. O serviço começa com um pequeno número de usuários e será ampliado aos poucos

O pagamento para comércios será permitido posteriormente. Segundo pesquisa do Facebook IQ, 61% dos brasileiros consideram o envio de mensagens a forma mais fácil de entrar em contato com uma marca e 59% dos consumidores estão mais propensos a comprar de organizações que oferecem atendimento via chat.

Os dados mostram que a interação entre consumidor e marca pelas redes sociais já é uma tendência. A função, que tinha sido negada no ano passado, vai poder fornecer um sistema de pagamento em suas conversas. Nesse sentido, ter agilidade, planejamento e compreender o comportamento do consumidor, são elementos necessários para que o varejo utilize a ferramenta com sucesso, diz o especialista em varejo e mentor do Gestão 4.0, Afonso Soares (*).

Ele explica que os pontos a serem priorizados no uso desse canal, devem seguir a lógica das questões referentes ao comportamento dos usuários. Conforme as



A praticidade e instantaneidade nas compras online ganham força com o Whatsapp Pay.

tecnologias e a internet se desenvolveram, o acesso à informação, o consumo de mídias e a execução de determinadas tarefas ficaram a um clique de distância, tornando o consumidor imediatista e desacostumado a esperar.

Por isso, é preciso considerar que a velocidade no atendimento passou a ser um dos aspectos cruciais nas interações interpessoais entre consumidor e marca, o que está ligado diretamente à transformação digital. A praticidade e instantaneidade nas compras online já vinham chamando a atenção com a chegada do PIX e

agora ganham força com o Whatsapp Pay.

“A transformação digital vai dominar as atividades do dia a dia, e com a maneira de se comprar e pagar alguma coisa não seria diferente. Com a segurança de um pagamento digital, a conveniência para o cliente aumenta e gera uma conexão ainda mais direta porque é ele que dará a ordem para que o banco em que é correntista realize o pagamento diretamente para o vendedor, facilitando essa relação de compra e venda”, diz Alfredo.

De acordo com uma pes-

quisa da Decode, 50% dos elogios na Web que envolvem pequenas e médias empresas referem-se à rapidez no atendimento. Já 41% das menções negativas são atribuídas a demora nas respostas. É preciso considerar que a ferramenta contempla pessoas e processos. O comportamento do cliente deve ser sempre analisado para uma estratégia apoiada na opinião de quem compra. Dúvidas e problemas na hora da transação devem ser tratados com o mesmo imediatismo característico da ferramenta.

Quem optar em utilizar o aplicativo deve atentar-se à rapidez, agilidade e qualidade nas relações, afinal, de acordo com o especialista em varejo, existe uma forte tendência de crescimento na utilização do aplicativo: olhando para um boom de vendas via WhatsApp causado pela pandemia, essa função tem o potencial de ampliar ainda mais essa tendência nos próximos meses.

(*) - É co-fundador do Gestão 4.0 Imersão & Mentoria e fundador da Xtech Commerce.

Câmara conclui votação do Marco Legal das startups

A Câmara dos Deputados concluiu a votação do marco legal das startups. O texto enquadra como startup empresas, mesmo com apenas um sócio, e sociedades cooperativas que atuam na inovação aplicada a produtos, serviços ou modelos de negócios e está sendo enviada à sanção presidencial. As startups devem ter receita bruta de até R\$ 16 milhões no ano anterior e até dez anos de inscrição no CNPJ.

Além disso, precisam declarar, em seu ato constitutivo, o uso de modelos inovadores ou se enquadrarem no regime especial Inova Simples, previsto no Estatuto das Micro e Pequenas Empresas. As startups poderão admitir aporte de capital, por pessoa física ou jurídica, que poderá resultar ou não em participação no capital social da startup, a depender da modalidade de investimento escolhida pelas partes.

De acordo com o relator do substitutivo aprovado, deputado Vinicius Póit (Novo-SP), o texto é composto de nove capítulos que tratam de aspectos relativos a definições legais, ambiente regulatório, medidas de aprimoramento do ambiente de negócios, aspectos trabalhistas, fomento ao desenvolvimento regional das startups, participação do Estado em startups, alterações na Lei do Simples para contemplar startups e incentivos aos investimentos (ABR).

O que os desenvolvedores podem oferecer ao mercado?

Rodrigo Terron (*)

Atualmente tem se falado muito que a carreira de um desenvolvedor é promissora e que os profissionais da área são cada vez mais valorizados. E, sim, não há como discordar dessas afirmações, já que, segundo dados da Brasscom, a demanda anual por novos talentos projetada entre 2019 e 2024 está em 70 mil profissionais. E, ainda de acordo com o levantamento, o mercado de TI pode apresentar um déficit de 290 mil profissionais em 2024.

Ou seja, existem vagas suficientes para todos os alunos que venham a se formar nesses próximos anos na área de tecnologia. Outro ponto é que, de acordo com a ABStartups, o número de startups triplicou de 2015 até 2019, passando de 4.151 para 12.727. E todas essas novas companhias necessitam de profissionais de tecnologia, principalmente depois do Coronavírus, que fez com que até as empresas mais conservadoras e tradicionais passassem a realizar a maioria de seus processos online.

Hoje, as rotinas dentro das empresas (ou da casa de seus colaboradores) está refletida em reuniões em vídeo, acordos por e-mail, contratos firmados com uso de assinatura eletrônica, compras feitas por e-commerce e até delivery de comida para o horário de almoço. Sendo assim, fica claro que a previsão da Brasscom pode vir a se tornar uma realidade ou, analisando o momento atual e o quanto a pandemia intensificou os processos digitais, a necessidade de profissionais da área de tecnologia pode ser ainda maior que o esperado.

Já que, segundo o Google Trends, a busca por ferramentas online para auxiliar os serviços remotos aumentou em pelo menos três vezes no Brasil somente no período da pandemia. E os



É preciso escolher o treinamento que melhor se encaixe com o seu perfil e com o momento na carreira.

responsáveis por desenvolver essas plataformas são os desenvolvedores. Mas o que nós, devs, podemos oferecer ao mercado? O quanto podemos ajudar essas inúmeras empresas que estão abrindo a cada ano a se desenvolverem? Será que estamos preparados para oferecer ao nosso contratante o que ele espera de nós?

Bom, é um fato que, além das empresas que estão se rendendo ao digital e buscando a evolução, nós também precisamos seguir nos desenvolvendo na velocidade que a tecnologia exige, oferecer ao mercado conhecimento em diferentes linguagens e nos manter abertos para programas que venham a surgir. Precisamos seguir sempre nos atualizando, seja buscando um novo curso, seja nos unindo a colegas da área por meio de modalidades ou plataformas.

Ser programador hoje em dia não é mais como era há algum tempo, quando saber uma única linguagem e ter anos de experiência na função te faria um profissional reconhecido e com vaga garantida. Atualmente, temos conhecimento de posições para desenvolvedores que chegam a pagar R\$ 30 mil, mas esse dev precisa estar à altura da vaga, conhecer bem uma ou mais linguagens, saber desenvolver um aplicativo ou novas funcionalidades.

O mercado está sedento por programadores, mas a tecnologia em constante evolução exige desses profissionais muito mais que

produzir uma página simples para um site. Não se trata mais de quanto tempo a pessoa atua na área, mas o quanto ela pode oferecer e, principalmente, se está em aprendizado contínuo. Não à toa, existem pessoas que deixam de lado antigas carreiras, por vezes consolidadas, para investir tempo e dinheiro para começar como programador.

E elas conseguem decolar e mostrar ao mercado que, assim como a tecnologia, que muda constantemente e nos surpreende, nós também podemos seguir evoluindo e nos tornando aquilo que queremos ser. Para isso, só é preciso escolher o treinamento que melhor se encaixe com o nosso perfil e com o momento que estamos na carreira, seja iniciando ou buscando mais aprendizado para agregar ao que já conhecemos e ao quanto já nos desenvolvemos na área até aqui.

E, claro, não podemos esquecer de optar por um curso em uma instituição respeitada para que a nossa vontade de seguir aprendendo e traçando o nosso caminho em direção ao sucesso pessoal e profissional não seja em vão. E, falando em escolher a sua forma de aprendizado, deixo aqui o recado que o ensino remoto também só é possível graças a nós devs.

(*) - É COO da Rocketseat, edtech que oferece conteúdos e desafios para profissionais de programação com metodologias e plataforma próprias.

Novidades no mercado de chips

Vivaldo José Breternitz (*)

A IBM anunciou estar concluindo o processo de desenvolvimento de uma nova tecnologia para fabricação de chips, ainda menores que os ora disponíveis no mercado, e que poderão reduzir o consumo de energia em até 75% em relação aos hoje utilizados em servidores IBM, smartphones e outros dispositivos. Esses chips terão uma performance 45% superior aos chips atualmente produzidos pela líder na área, a Taiwan Semiconductor Manufacturing, e deverão chegar ao mercado em 2024 ou 2025.

Chips mais avançados são importantes: diminuir o consumo de energia é crítico para uso de equipamentos móveis alimentados por baterias. Chips com melhor performance tornam os equipamentos mais rápidos e mais poderosos. A IBM apenas desenvolve chips, não os fabrica; sua estratégia envolve o licenciamento dos resultados de suas pesquisas para fabricantes. Essa estratégia vem sendo implementada há muito tempo, tendo a empresa praticamente extinguido suas

operações industriais.

Um marco nessa área foi a venda, em 2005, de suas operações com microcomputadores para a Lenovo, que em 2014, comprou também os negócios de servidores baseados em tecnologia Intel. Mas o mercado tem dúvidas acerca de como a situação evoluirá: os três maiores fabricantes de chips, Intel, TSMC e Samsung, estão trabalhando no desenvolvimento de chips que talvez possam ser páreo para o anunciado pela IBM.

A Intel, que vive dificuldades, pretende associar-se à IBM para pesquisas e a Samsung hoje é quem fabrica os servidores IBM e seus chips. Além disso, existem dúvidas acerca do processo de fabricação dos novos chips IBM; é necessário que seja possível produzi-los em grande escala e a custos competitivos, sem o que, por mais avançados que sejam, não serão um sucesso comercial. Será interessante acompanhar a evolução dos acontecimentos, lembrando que há escassez de chips no mercado.

(*) - Doutor em Ciências pela USP, é professor da Faculdade de Computação e Informática da Universidade Presbiteriana Mackenzie.