

## **ID Logistics: foco em inovação para crescer ainda mais no Brasil**

Com uma equipe renovada, a ID Logistics traça novos planos para seguir crescendo e fixando seu nome no mercado brasileiro, um dos principais da companhia em todo o mundo



A companhia de origem francesa ID Logistics anunciou algumas mudanças no quadro de executivos da operação brasileira. A principal delas é a chegada de Jerome Jacek para ocupar a posição de diretor geral no Brasil. O anúncio foi feito neste mês de outubro, na ocasião da visita do CEO do operador logístico, Eric Hémar, ao país, mas Jacek – que antes de assumir a nova posição esteve à frente das operações da companhia na Rússia –, comanda a ID Logistics Brasil desde o início deste ano de 2019.

### **ID Logistics Brasil anuncia novo diretor geral**

Soma-se a essa novidade a chegada de Rosa Amador, no cargo de diretora de Desenvolvimento de Negócios e Inovação. Em entrevista exclusiva concedida à Tecnológica na sede brasileira da ID Logistics, em Alphaville (SP), os três executivos falaram sobre o novo momento da companhia e detalharam as estratégias para desenvolver ainda mais os negócios no Brasil.

### **ID Logistics tem nova diretora de Desenvolvimento de Negócios e Inovação**

#### **Panorama**

A ID Logistics encerrou 2018 com uma receita global de 1,4 bilhão de euros, considerando os 18 países em que atua – no ano passado, a companhia iniciou operações no Chile – e, somente no primeiro semestre de 2019, a receita do operador logístico já registrou um crescimento de 10,9%, somando 744,5 milhões de euros. Desse total, 349 milhões de euros correspondem às operações da ID na França e os demais 395,5 milhões referem-se às receitas internacionais.

Apesar de não revelar os valores absolutos da operação brasileira, Hémar conta que o Brasil continua sendo o terceiro maior mercado da companhia, mesmo com a recente crise econômica que o país atravessou. “O mercado brasileiro não está fantástico, mas também não está mal. O auge da crise já passou, porém as coisas ainda não estão totalmente recuperadas. A retomada ainda está acontecendo”, analisa.

O executivo indica que o crescimento orgânico da ID Logistics costuma se manter em torno desse índice de 10% todos os anos. “Claro que isso pode variar um pouco, devido especialmente à oscilação da moeda de alguns países, como Brasil, Argentina, Chile e África do Sul, mas tem sido uma taxa bastante consistente”, destaca o CEO.

Segundo ele, o alto nível do desempenho financeiro da companhia se deve a um posicionamento bastante firme no mercado. “Os clientes demandam uma operação logística eficaz, e a estratégia da ID Logistics permanece a mesma: nós continuamos focados em logística pura, em oferecer os melhores serviços logísticos para nossos clientes, de acordo com a necessidade de cada um. Nós sabemos que cada cliente é diferente, que cada um deles precisa de soluções específicas, e nosso trabalho é pensar e oferecer essas soluções.”

Dentre os principais segmentos com os quais a ID Logistics atua, o varejo ainda representa a maior fatia das operações, com aproximadamente 50%, mas Hémar conta que o atendimento ao e-commerce tem se tornado cada vez mais importante para o operador. “É um setor que vem crescendo muito rápido no mundo todo. No Brasil o varejo clássico ainda continua muito forte, mas em outros países ele encontrou um grande competidor no e-commerce. O modelo de supermercados e de hipermercados brasileiro não é tão forte lá fora, e na Europa, por exemplo, as pessoas não querem mais pegar seus carros, ir até a loja e gastar horas fazendo compras. Elas estão migrando rapidamente para o e-commerce.”

Apesar de o varejo tradicional ainda funcionar muito bem no Brasil, é fato que o e-commerce tem crescido a passos largos também por aqui, por isso o setor consiste em dos principais elementos da estratégia da ID para o país. “Nosso plano está baseado em cinco pilares”, descreve Jerome Jacek. “O primeiro deles é a inovação. Nós estamos cada vez mais criando um ecossistema que revoluciona a maneira de se fazer logística. O segundo é a melhoria contínua. Estamos sempre em busca de fazer mais, e somos muito bons nisso. O terceiro pilar é o foco no e-commerce, pensando justamente no crescimento do setor e também na redução do varejo clássico, como já foi dito. O quarto é o desenvolvimento comercial, e para isso contamos agora com a colaboração da Rosa Amador. Por fim, o quinto pilar são as pessoas. Nós focamos muito nos talentos. São 4 mil colaboradores no Brasil, realizamos muitas promoções internas, estamos treinando muitos funcionários e queremos também atrair novos colaboradores, especialmente com talentos voltados para esse ambiente de inovação.”

### **Mecanização e automação**

No centro de todos esses tópicos está um fator primordial no qual a ID Logistics vem buscando investir cada vez mais, e que deve ditar as tendências das operações da companhia também no Brasil: a aplicação de tecnologias que tornem as operações mais eficientes, a tão

falada logística 4.0 “No momento o que se configura como uma grande mudança nos negócios são os níveis de mecanização e automação aplicados nas operações”, analisa Hémar. “Claro que a tecnologia da informação já está presente na logística há muitos anos, mas até pouco tempo as operações em si ainda eram predominantemente manuais, mas isso está mudando muito rápido.”

De acordo com os executivos, o crescimento veloz do e-commerce é um dos agentes de aceleração dessa transformação na logística. “Hoje a operação não está mais concentrada somente em grandes cargas paletizadas, como acontece nas atividades ligadas ao varejo tradicional. Agora a logística é unitária, focada em cada pequeno pacote de cada pedido feito pelo consumidor final”, explica Jacek. “Antes nós preenchíamos caminhões inteiros com itens de um supermercado, por exemplo, mas hoje estão presentes, em um só caminhão, cargas de 200 clientes diferentes.”

Rosa argumenta que o nível de detalhe que essas operações demandam é o que está tornando cada vez mais necessária a aplicação de soluções de mecanização e automação nos mais variados processos logísticos, desde a armazenagem, passando pelo picking e pela expedição das mercadorias, até o acompanhamento da rota durante o transporte e a confirmação da entrega no destino final. “Os clientes estão buscando operações cada vez mais produtivas e o nível de detalhe da preparação dos pedidos, por exemplo, é cada vez maior, o que demanda mais tecnologia e menos trabalho manual”, completa.

Hémar credita ainda o crescimento da aplicação de tecnologias de mecanização e automação a outros dois fatores. “Em muitos países da Europa existe falta de mão de obra para as operações manuais, e os custos das novas tecnologias têm caído cada vez mais, fazendo com que seja mais interessante investir nelas. Os níveis de serviço melhoram consideravelmente e o retorno do investimento não leva tanto tempo. Por isso já temos operações totalmente autônomas em alguns países, como Alemanha e França, dependendo das necessidades de cada cliente.”

Segundo o CEO, atualmente a ID investe cerca de 5% de seu faturamento em tecnologia. “Nos últimos dois ou três anos nós mais do que dobramos os níveis de investimento nesse tipo de inovação”, exalta.

### **Estratégia local**

Claro que esses fatores não se aplicam ao Brasil, onde o varejo tradicional ainda é bastante forte e a mão de obra manual ainda se sobressai sobre os altos preços da aplicação das mais modernas tecnologias. Ainda assim, os executivos fazem questão de salientar que os investimentos em mecanização e automação estão no topo da lista de prioridades da ID Logistics no país.

“Os custos dessas tecnologias ainda são considerados altos quando comparados a outros países, mas mesmo assim para algumas operações eles são bastante interessantes. No Brasil nós estamos focados na aplicação dessas tecnologias nos segmentos de e-commerce, é claro,

e de cosméticos, em que também é necessário fazer a separação dos itens peça por peça”, explica Hémar.

Jacek conta que em janeiro deste ano a companhia implantou seu primeiro processo de mecanização no Brasil, com transportadores, sorter, tecnologia de detecção de peso, sistema pick to light, entre outras inovações. “Em junho também deste ano, iniciamos uma grande operação mecanizada com cosméticos. Estamos muito focados nisso e já somos muito fortes em tecnologia da informação, com uma equipe muito boa, o que facilita muito a implantação e a integração de todas essas tecnologias, criando interfaces entre os mais diversos sistemas, equipamentos e soluções.”

Rosa diz que, até pouco tempo, os clientes brasileiros não estavam preparados para pagar por toda essa tecnologia, mas esse cenário está mudando. “Eu acredito que a diferença é que o cliente hoje está procurando por soluções que agreguem valor às suas operações, porque ele sabe que isso vai se converter em mais produtividade e, conseqüentemente, em mais vendas. No caso do e-commerce, por exemplo, é preciso atender a todas as expectativas do consumidor final para que ele realize outras compras.”

“Hoje é tudo muito rápido”, completa Jacek. “A disponibilidade do produto e a velocidade da entrega são fatores chave. E quando o cliente percebe isso, ele percebe também que investir em mecanização e automação é essencial, pois só assim ele vai alcançar os melhores resultados na operação. Para muitas empresas isso é um desafio, porque de início pode parecer somente um custo, mas na verdade é um investimento.”

Com a certeza de que investir nas tecnologias de mecanização e automação no Brasil é uma tendência, ainda que em níveis menores do que os que podem ser encontrados na Europa e nos Estados Unidos, por exemplo, é preciso então buscar alternativas para driblar os altos preços da aplicação desse tipo de tecnologia por aqui. O diretor geral da ID Logistics no Brasil explica que justamente por isso a companhia tem apostado em empresas locais de tecnologia, como startups.

“O que nós percebemos é que, quando lidamos com empresas brasileiras, somos capazes de encontrar ou desenvolver em conjunto soluções totalmente direcionadas para o mercado nacional, e com um custo muito menor”, analisa Jacek. “Muitas das coisas com as quais nós trabalhamos na Europa ainda apresentam valores muito elevados para serem trazidas para o Brasil, mas aqui nós podemos pensar em soluções condizentes com a realidade do mercado. Tivemos ótimas experiências com algumas empresas nesse sentido, e estamos muito confiantes com esse caminho. Existem pequenas empresas trabalhando com automação, apresentando grandes ideias, ideias adaptáveis e muito boas para os negócios e para a logística brasileira de uma maneira geral.”

Segundo Hémar, falando especificamente do mercado brasileiro, onde as coisas oscilam muito, nem sempre é fácil para uma empresa colocar os investimentos em tecnologia no seu plano de negócios. “Muitas vezes pensar em um horizonte de, digamos, cinco anos, não é fácil. Os volumes pensados inicialmente podem cair, por exemplo. Então a mecanização e a

automação precisam andar lado a lado com a flexibilização, para que seja possível adaptá-las de acordo com o que pode vir a acontecer. Mas apesar disso, é só uma questão de tempo até que todo mundo esteja buscando níveis maiores de automação. É uma grande tendência em todo o mundo”, observa.

Quanto aos planos para o mercado brasileiro, o CEO revela ainda que a ID Logistics não descarta a possibilidade de realizar aquisições em um futuro próximo. “Nós estamos felizes com o modo como estamos atuando, e nossos negócios estão crescendo e se desenvolvendo, mas nós sentimos que talvez a ID Logistics precise de mais visibilidade no mercado brasileiro. Somos um player bastante significativo no cenário logístico nacional, já estamos aqui há bastante tempo, temos bastante solidez, mas talvez algumas pessoas ainda não nos vejam como uma empresa com raízes brasileiras de verdade. E eu penso que realizar uma aquisição seria uma boa maneira de fazer com que as pessoas mudem esse pensamento.”

Hémar conta que a companhia fez exatamente isso na Espanha e os resultados foram muito satisfatórios. “Os negócios também iam muito bem por lá, mas a ID não tinha tanta visibilidade no mercado espanhol, então realizamos uma aquisição em 2016, de uma empresa muito importante no cenário nacional, e isso nos trouxe muito mais visibilidade”. Perguntado se essa poderia ser uma das principais novidades da empresa na comemoração dos seus 20 anos de Brasil, que acontecerá em 2023, Jerome Jacek é enfático: “Provavelmente não vamos esperar até lá.”

## **Fernando Fischer**

Fonte Tecnológica:

[https://www.tecnologica.com.br/portal/noticias/82368?utm\\_source=Email&utm\\_medium=Boletim&utm\\_campaign=04112019/](https://www.tecnologica.com.br/portal/noticias/82368?utm_source=Email&utm_medium=Boletim&utm_campaign=04112019/)