

Edição Anual • Nº 2 • Dezembro de 2005 • Preço 20 € IVA Incluído

Panorama

da LOGÍSTICA

2005

LOGISTEMA

Uma edição:
LOGÍSTICA HOJE

Revista profissional da logística moderna

1. Introdução

Este Panorama da Logística analisa os dados referentes à actividade desenvolvida durante o ano de 2005 por um conjunto de 19 empresas que responderam a um inquérito lançado por dois investigadores da Escola Superior de Comunicação Social e professores do curso de Publicidade e Marketing, em Outubro de 2005.

Este conjunto, tal como os anteriores, não corresponde ao universo das empresas do sector em Portugal, mas àquelas que consideraram importante responder e participar neste estudo. A estas queremos agradecer, desde já, a sua colaboração.

Apresenta-se, de seguida, as empresas que integraram o estudo:

- | | |
|---|--|
| ✓ ABX LOGISTICS | ✓ LOGIC - GRUPO SAPEC |
| ✓ AITENA DE PORTUGAL SA | ✓ McLANE PORTUGAL SA |
| ✓ ARDISLOGIS - GRUPO COSTA E BALEIA | ✓ PALMETAL - ARMAZENAGEM E SERVIÇOS SA |
| ✓ BAX GLOBAL | ✓ PERSONALIS - ENTREGAS PERSONALIZADAS SA |
| ✓ EMPRESA DE TRANSPORTES ÁLVARO FIGUEIREDO SA | ✓ RANGEL TRANSITÁRIOS |
| ✓ EXEL LOGISTICS | ✓ SALVESEN |
| ✓ FIEGE ASER - OPERADORES LOGÍSTICOS, LDA | ✓ TNT EXPRESS WORLDWIDE |
| ✓ FRANS MAAS LOGÍSTICA PALMELA SA | ✓ TRANSAÚTICA - TRANSPORTES E NAVEGAÇÃO, LDA |
| ✓ GEFCO PORTUGAL TRANSITÁRIO, LDA | ✓ TRANSPORTES OCHOA |
| ✓ GRUPO CAT | |

Alertamos que esta amostra, apesar de ter sido enviado o questionário ao universo das empresas a operar em Portugal, não é considerada representativa do sector. No entanto, apesar de não se poderem extrapolar os resultados obtidos para o universo, acreditamos que estamos a dar uma imagem bastante aproximada da situação do mercado português de logística.

A estrutura deste Panorama está na linha das anteriormente desenvolvidas. Para se efectuar as comparações e perceber como está a evoluir o sector em Portugal, a análise efectuada é apresentada nos seguintes capítulos:

- Análise Global - corresponde aos dados agregados fornecidos por todos os operadores;
- Análise comparando os resultados entre Filial e Não Filial - corresponde a desagregação dos dados por estes dois grupos: empresas filiais de multinacionais e empresas nacionais;
- Análise comparando os resultados entre operadores logísticos e operadores e transportadores logísticos - a que corresponde a desagregação entre os operadores sem meios de transporte próprios e aqueles que dispõem de capacidade de transporte própria.

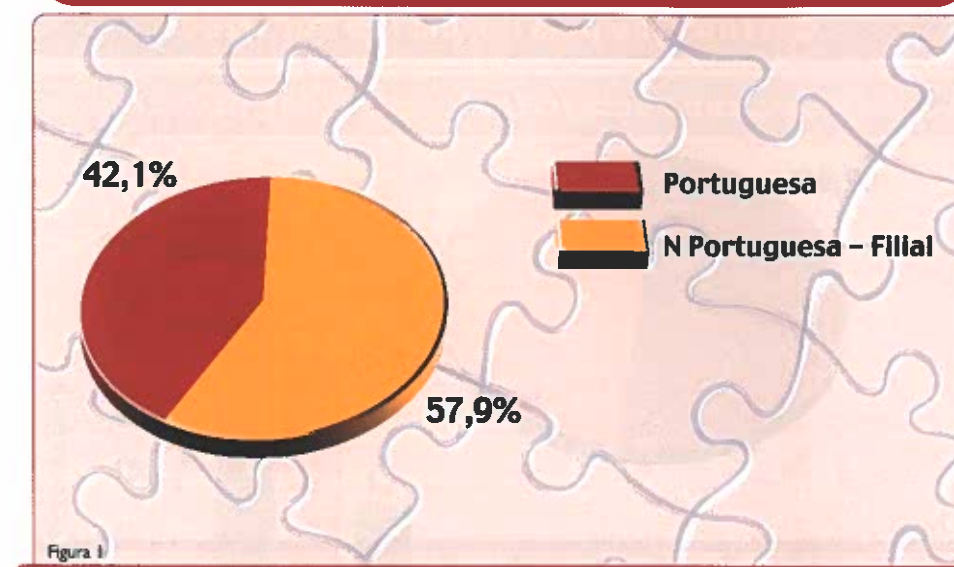
2. Análise Global

Este capítulo como mencionado anteriormente efectua uma análise descritiva dos 19 operadores que responderam ao inquérito. Esta análise corresponde a uma caracterização das empresas.

2.1. Nacionalidade das empresas

Das empresas analisadas, 11 são filiais de empresas estrangeiras (57,9%) e 8 são nacionais (42,1%), mostrando uma ligeira alteração em relação ao último estudo efectuado, em que responderam mais empresas nacionais (10).

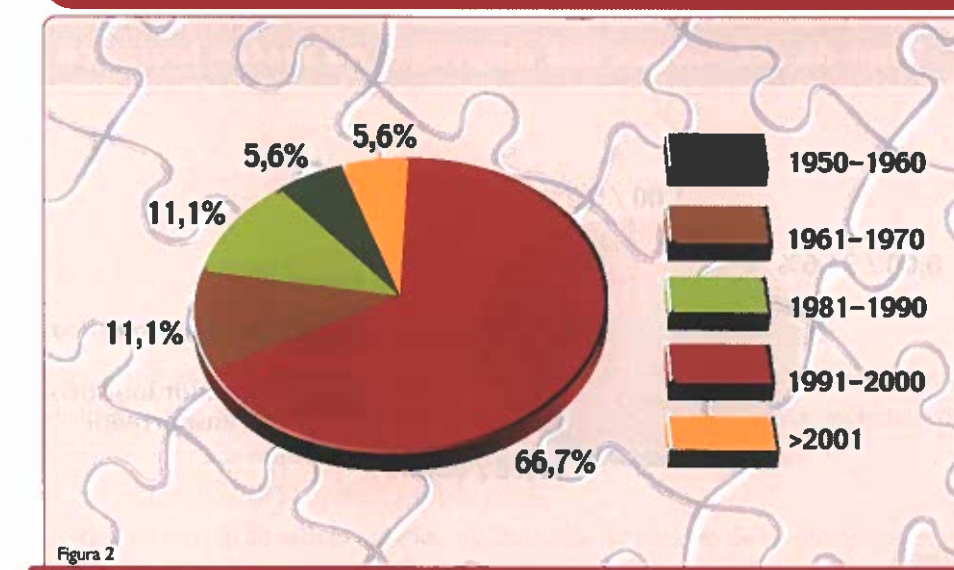
Empresas portuguesas versus empresas filiais de estrangeiras



2.2. Ano de início de actividade

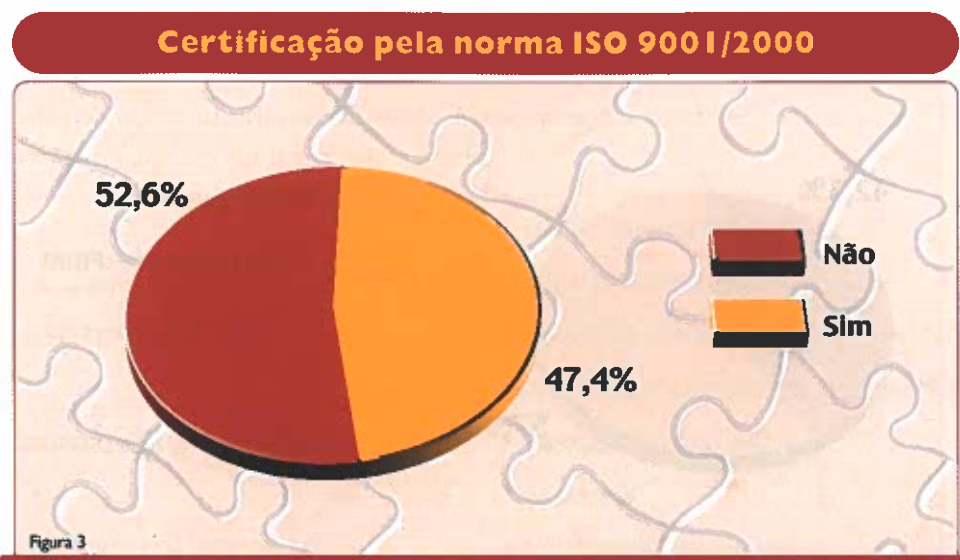
A década de 90 do século XX continua a ser o período em que mais empresas do sector da logística se implantaram em Portugal, 12 que corresponde a 66,7% dos inquéritos respondidos. Este resultado confirma os resultados do estudo anterior e que está em consonância com o período de crescimento económico em Portugal, que naturalmente se reflecte nesta importante actividade.

Ano de implantação das empresas em Portugal



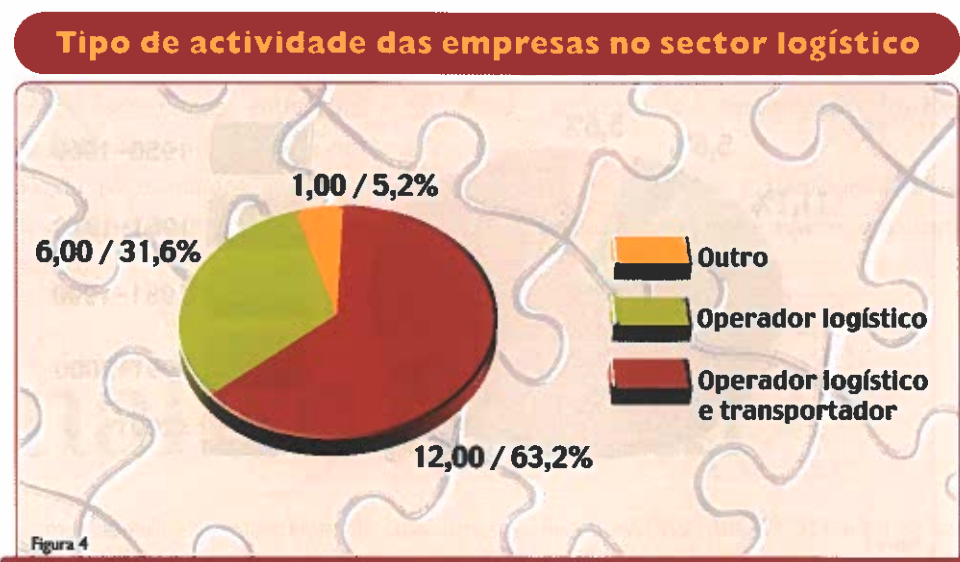
2.3. Certificação das empresas

Neste ponto procurou, também, saber-se se as empresas se encontravam certificadas pela norma ISO 9001/2000. Os resultados confirmam, no geral, a evolução realizada desde 1999. Todavia, e face ao último estudo, verifica-se uma ligeira diminuição de empresas certificadas (56% para os 47,4% actuais). Das empresas que declaram não ser certificadas, 50% afirmam querer obter a certificação no próximo ano e as restantes 50% num prazo máximo de 4 anos.



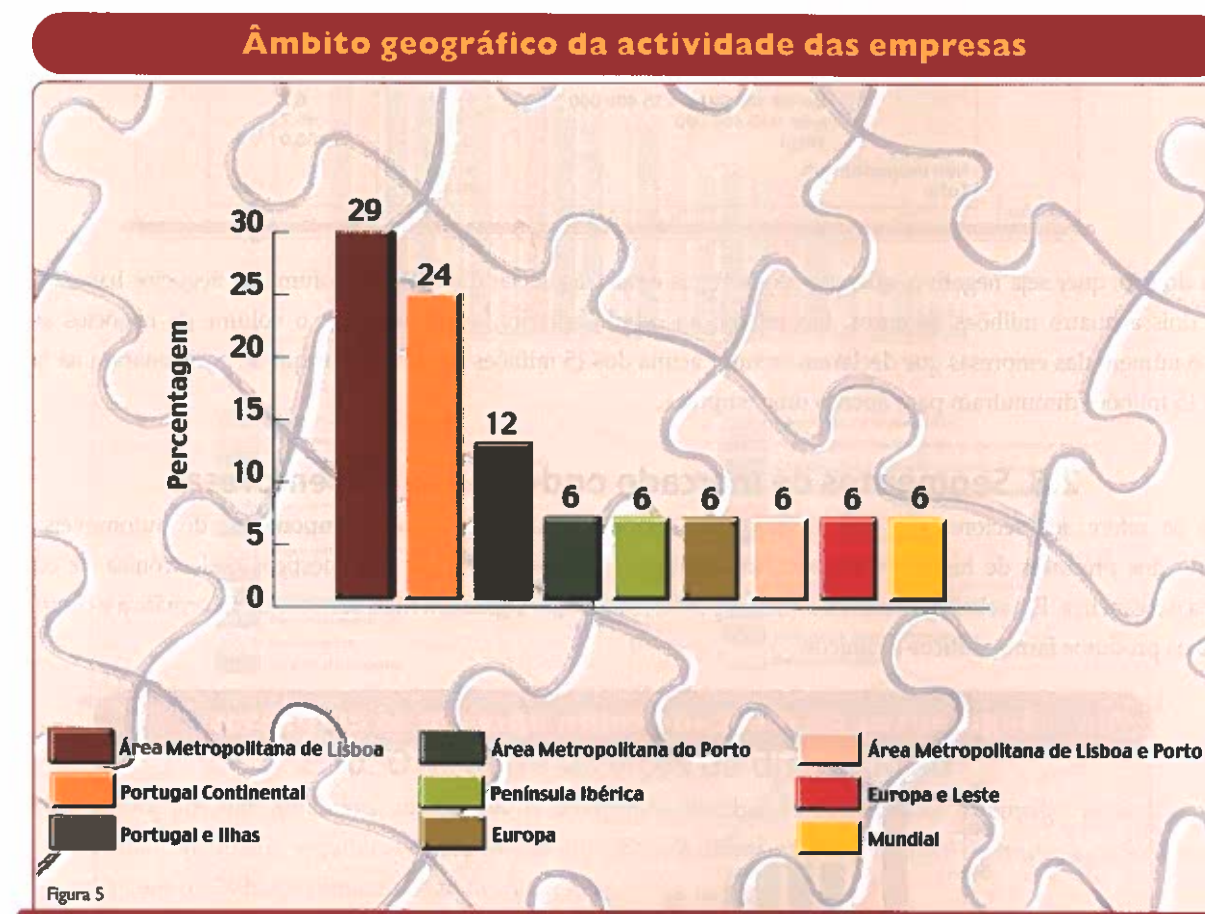
2.4. Tipo de actividade

Quanto ao tipo de actividade, 12 empresas (63,2%) consideram-se "Operador Logístico e Transportador", 6 (31,6%) consideram-se apenas "Operador Logístico" e uma afirma-se num outro tipo, todavia sem o especificar. Esta amostra deu relevo, em relação ao estudo anterior, a um aumento dos operadores que, simultaneamente, asseguram o transporte actuando na actividade de forma integrada.



2.5. Âmbito geográfico

Procuramos, neste momento, identificar o âmbito geográfico em que cada empresa desenvolve a sua actividade. A figura 5 mostra-nos que 41% das empresas actua regionalmente, quer seja na Área Metropolitana de Lisboa ou do Porto. As restantes (59%) desenvolvem a sua actividade num âmbito nacional onde se incluem as ilhas e internacional. Em relação ao estudo editado no ano passado, emerge uma maior internacionalização das empresas no seu âmbito de actividade, e uma maior actividade ao nível nacional, decrescendo as empresas que actuavam apenas a nível regional. As empresas que responderam continuam a afirmar que não actuam ao nível de África (PALOP's).



2.6. Áreas de negócios em que operam

Esta área foi dividida em três grandes grupos: a temperatura ambiente, o frio positivo e o frio negativo. Todas as empresas (100%) declararam trabalhar na área da temperatura ambiente. Seis empresas (31,6%) declararam trabalhar na área do frio positivo. No frio negativo, foram apenas 3 as empresas (15,8%) que declararam operar nesta área.

De notar que apenas três empresas (15,8%) operam nas três áreas.

Estes resultados revelam, em relação ao estudo anterior, um aumento do número de empresas que se encontram a operar na temperatura ambiente.

2.7. Volume de negócios em cada área em que operam

O volume de negócios foi analisado por cada uma das áreas em que cada empresa opera. Assim, verificou-se que no sector do mercado da temperatura ambiente, o volume de negócios se situou em dois pólos: um que engloba 7 empresas (46,7%) que facturam até aos 9.400 milhões de euros, e outro na faixa acima dos 15,4 milhões de euros, também com 7 empresas (46,7%).

Volume de negócios na área da temperatura ambiente

		Frequência	Percentagem válida
Válidos	Até €2 000 000	2	13,3
	De €4 200 001 a €9 400 000	5	33,3
	De €9 400 001 a €15 400 000	1	6,7
	> de €15 400 000	7	46,7
	Total	15	100,0
Não responderam		4	
	Total	19	

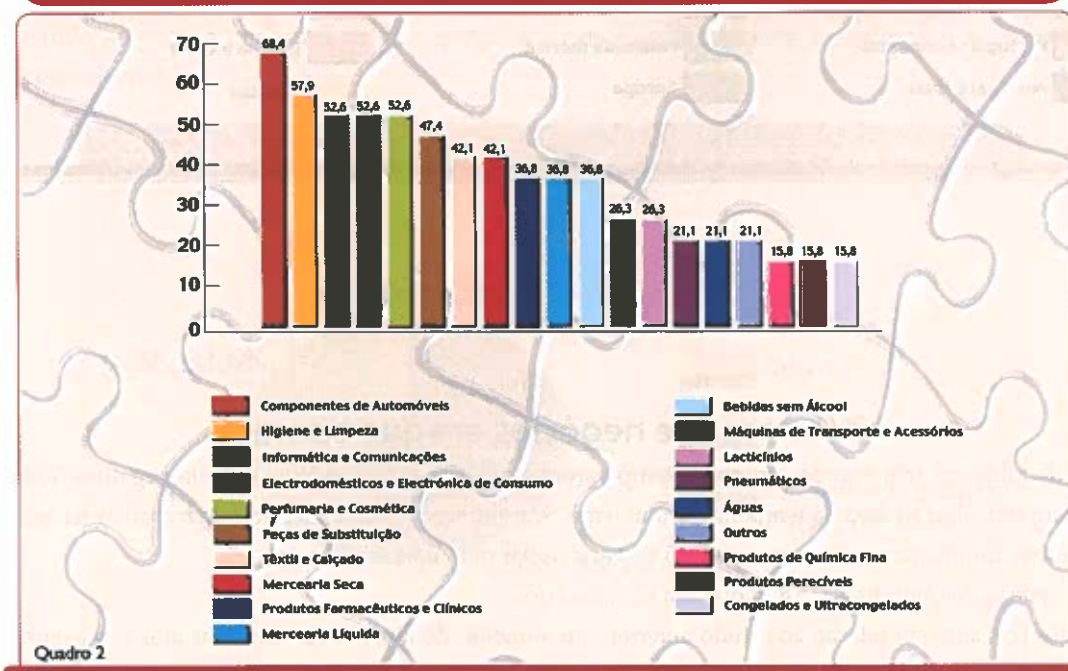
Quadro 1

Na área do frio, quer seja negativo, quer seja positivo, as empresas declararam ter um volume de negócios baixo, situado na faixa dos dois a quatro milhões de euros. Em relação ao estudo anterior, aparentemente, o volume de negócios aumentou. Duplicou o número das empresas que declaram facturar acima dos 15 milhões de euros. Já as que se posicionaram na faixa entre os 10 e os 15 milhões diminuíram para apenas uma empresa.

2.8. Segmentos de mercado onde operam as empresas

No que se refere aos sectores em que as empresas operam, destacam-se o de componentes de automóveis, seguido do mercado dos produtos de higiene e limpeza, informática e comunicações, electrodomésticos e electrónica de consumo e perfumaria e cosmética. Em relação ao estudo anterior, perderam posição significativa os sectores da informática e comunicações, bem como os produtos farmacêuticos e clínicos.

Segmentos de mercado onde operam as empresas



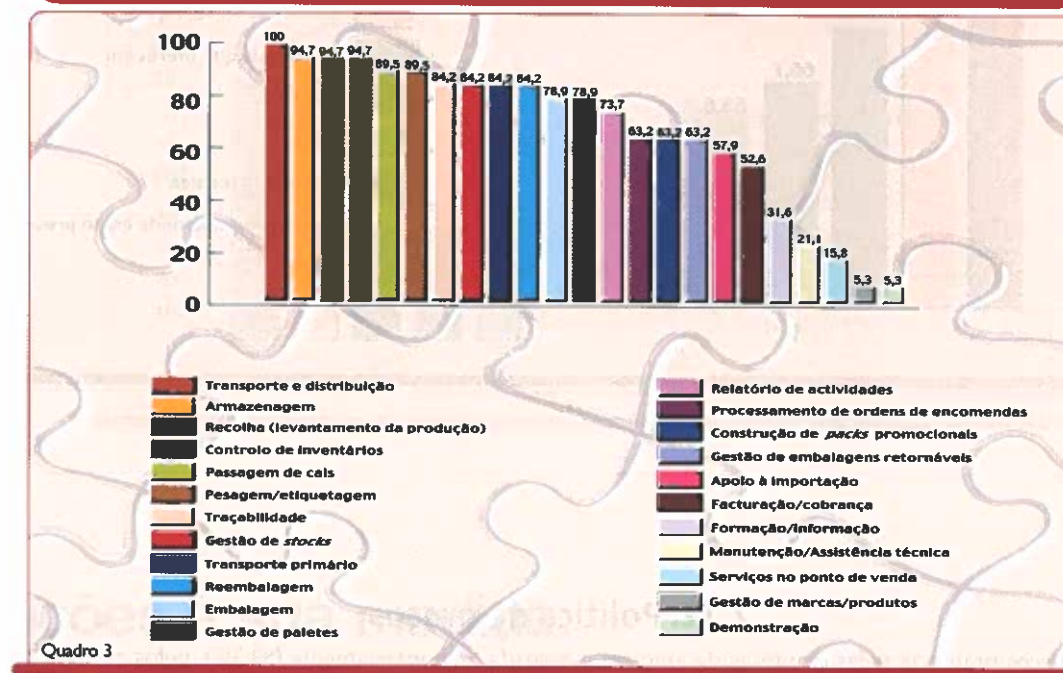
Quadro 2

2.9. Oferta de serviços

Ao nível do portfólio de serviços destas empresas, os resultados confirmam uma estrutura nas políticas de marketing muito semelhante ao encontrado no relatório referente à anterior análise. Existe, naturalmente, uma preponderância para os serviços de transporte e distribuição, oferecido por todas as empresas, seguidos dos serviços de armazenagem, recolha e controlo de inventários. Encontrou-se, ainda, um conjunto de serviços com grande expressão onde se incluem a reembalagem e a pesagem e etiquetagem.

Com uma expressão muito reduzida encontram-se os serviços de gestão de marcas, demonstração e serviços no ponto de venda.

Portfólio de serviços oferecidos pelas empresas

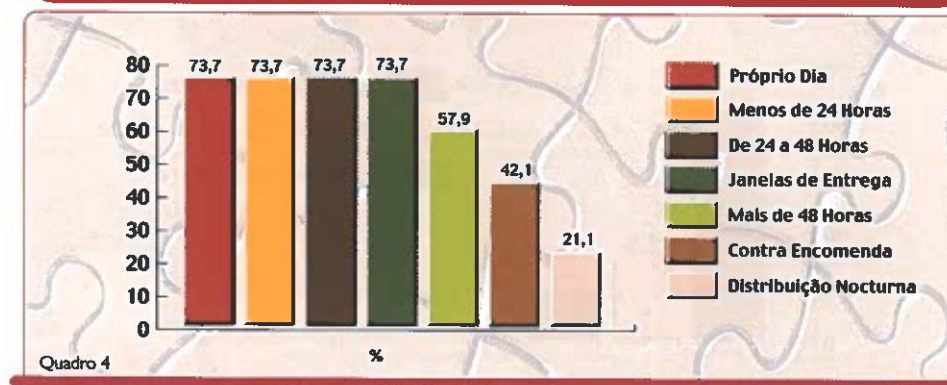


Quadro 3

2.10. Oferta de serviços de distribuição

Como nos estudos dos anos anteriores, analisámos os serviços de distribuição pelos prazos de entrega, garantidos dentro do território continental. No quadro seguinte, verifica-se que, em relação à última edição, o número de empresas que entrega no próprio dia ou em menos de 24 horas diminuiu significativamente.

Oferta de serviços de distribuição

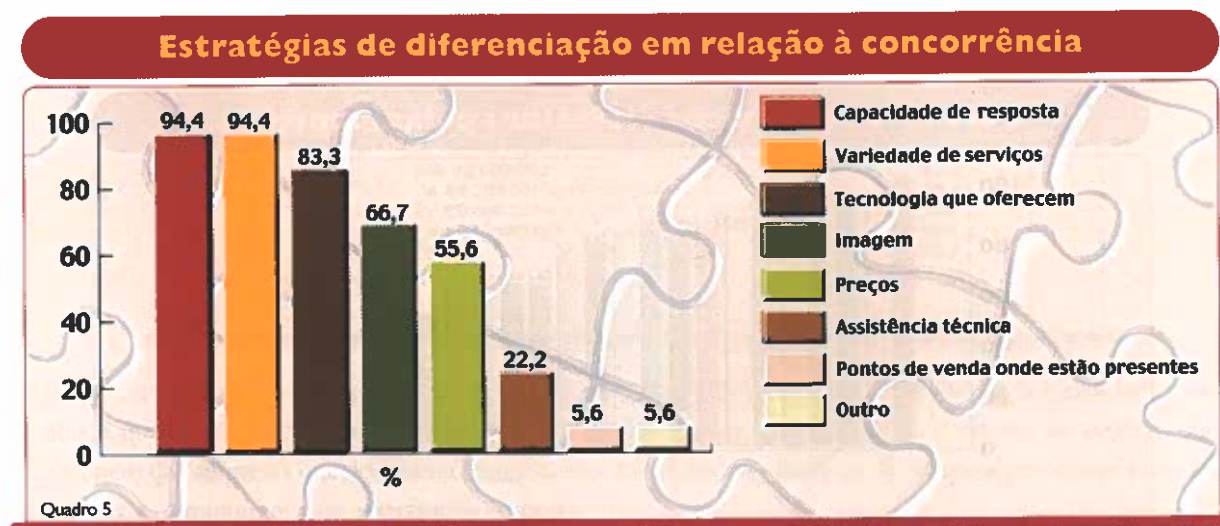


Quadro 4

Em todos estes tipos de serviços disponibilizados, as empresas declaram níveis de eficácia elevadíssimos na ordem dos 90%.

2.11. Estratégias de diferenciação em relação à concorrência

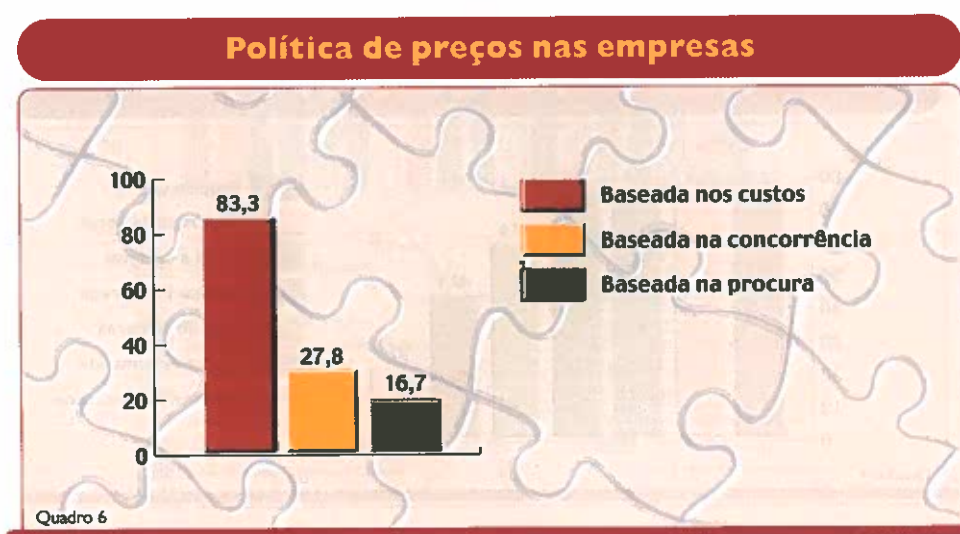
Para as suas estratégias se diferenciarem da concorrência e serem mais competitivas, as empresas mostraram que se centram na capacidade de resposta e na variedade de serviços que podem oferecer, bem como na tecnologia que oferecem. Os resultados encontram-se no quadro 5.



2.12. Política de preços

A política de preços praticada pelas empresas da amostra é baseada, maioritariamente (83,3%), pelos custos dos serviços que prestam. Este valor apareceu, neste estudo, muito ampliado em relação aos anos precentes, que se ficava pelos 64%. A alteração detectada poderá estar relacionada com o aumento dos combustíveis no último ano, o qual não permite às empresas actuarem de outra forma. Os custos baseados na procura diminuíram significativamente em relação a análise anterior.

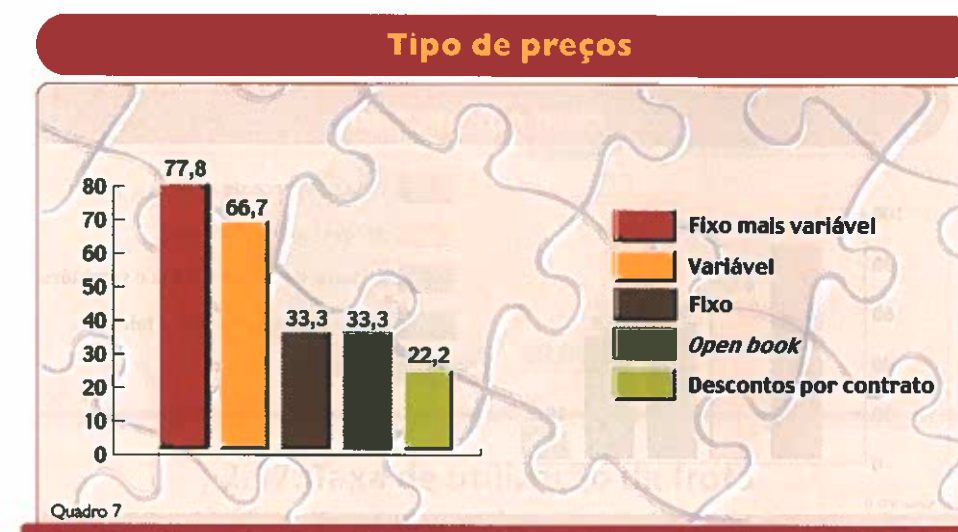
Os resultados encontram-se no quadro 6.



2.13. Tipo de preços

Como as empresas estabelecem os seus preços foi a questão que se colocou em seguida. Verifica-se que o esquema tradicional de estabelecimento do preço, fixo mais variável, é o mais utilizado pelas empresas desta amostra, 77,8%. Os resultados encontram-se no quadro 7.

A variante do tipo *open-book*, onde se coloca o custo mais uma taxa de gestão, mantém-se nos mesmos níveis do último estudo.



Soluções à sua medida.

Recepção e conferência quantitativa e qualitativa

Armazenagem

Preparação do picking e da expedição

Gestão administrativa

Distribuição

Seja qual for a dimensão da sua empresa, o funcionamento da logística é fundamental para o sucesso dos negócios. Para que nada falhe no momento da entrega, todos os passos têm de encabar na perfeição. A LogiC disponibiliza-lhe, de forma integrada e completa, todo o tipo de soluções de logística adaptadas à dimensão do seu negócio.

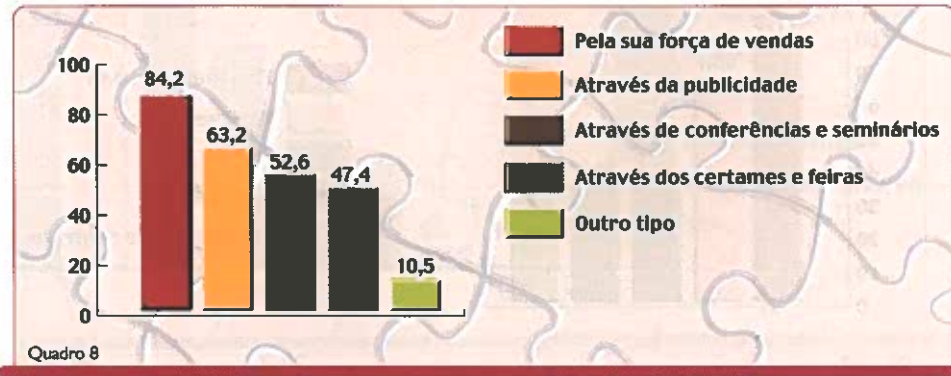
logiC
LOGÍSTICA INTEGRADA

Tel.: 21 956 63 00 | Fax: 21 956 63 11 | E-mail: logic@logic.pt

2.14. Comunicação ao mercado

Outro ponto importante para se perceber como as empresas contactam com os seus clientes é o modo como comunicam com o mercado. A estrutura comunicacional revela que as empresas dão cada vez mais importância ao processo de comunicação. Os métodos utilizados são, em especial, os directos, através da sua Força de Vendas, (84,2%), logo seguida da Publicidade (63,2%). Comparando os dados do último estudo, verifica-se que as empresas aumentaram muito a sua comunicação com o mercado, já que passaram de percentagens na ordem dos 20% para os atrás citados. A situação complexa do mercado, leia-se crise, a isso obriga.

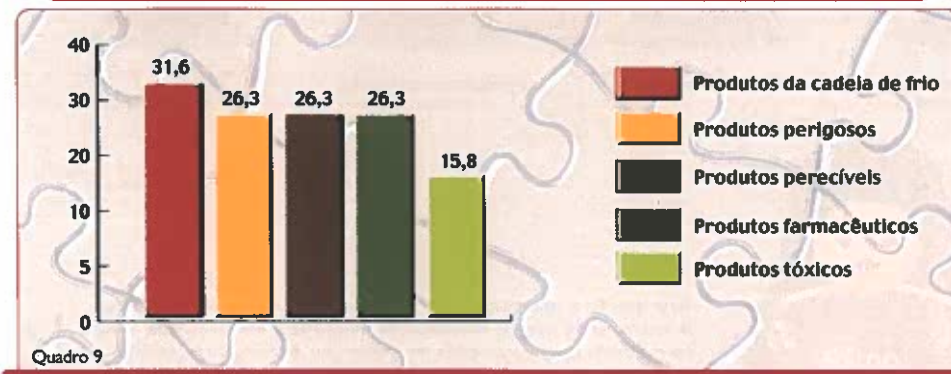
Processos de comunicação das empresas com o mercado



2.15. Capacidades especiais das empresas

No referente a este ponto procurou-se, também, saber se as empresas possuíam capacidades técnicas especiais para manusear produtos sensíveis. Constatou-se que a maioria das empresas não se encontra preparada para transportar produtos especiais. Este cenário é substancialmente diferente daquele encontrado no anterior estudo, em que mais de 60% das empresas se encontrava preparada para transportar produtos perigosos e perecíveis. Neste estudo, as empresas que responderam ao questionário, baixaram para percentagens na faixa dos 20 a 30%.

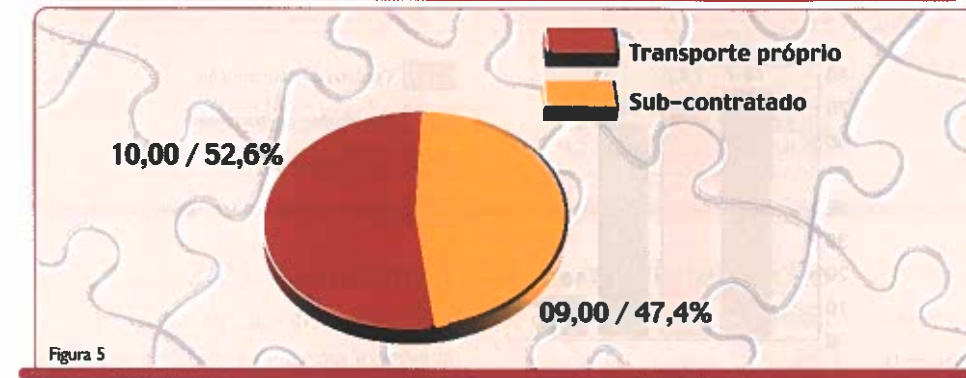
Capacidades técnicas e legais para transportar produtos especiais



2.16. Transporte próprio versus sub-contratado

Neste capítulo verifica-se que 52,6% das empresas possui transporte próprio. As outras 47,4%, subcontrata. Este cenário é substancialmente diferente do da última edição, em que apenas cerca de 25% das empresas possuíam transporte próprio. De notar que mesmo as que têm transporte próprio acabam por recorrer à sub-contratação.

Transporte próprio versus sub-contratado

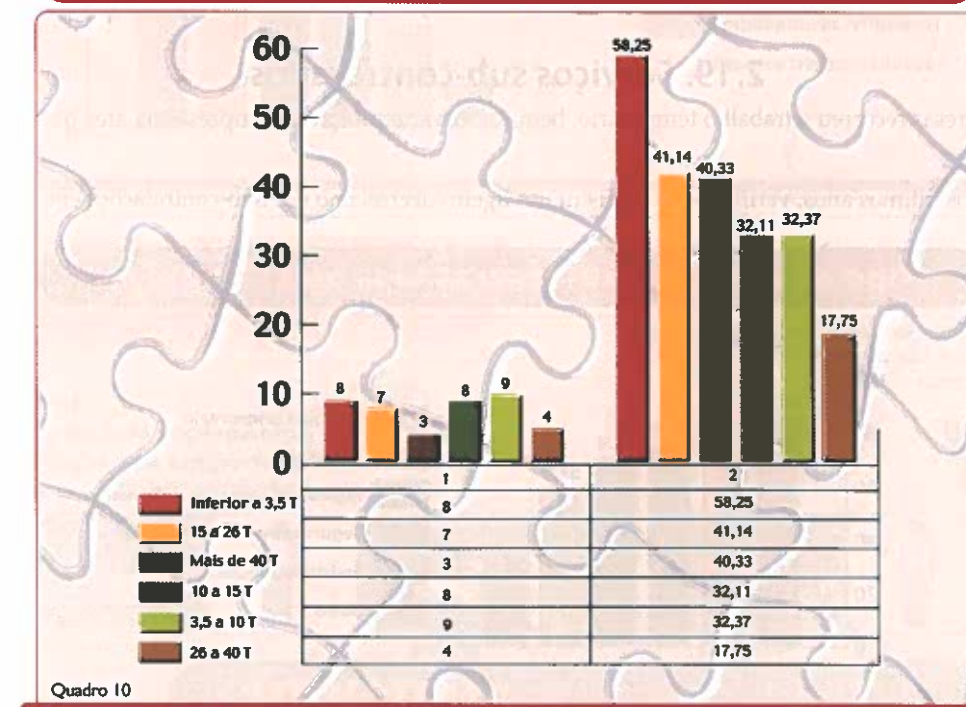


2.17. Taxa de utilização da frota

Relativamente à taxa de utilização da frota verifica-se que a tonagem mais utilizada situava-se na faixa inferior às 3,5 toneladas, com 58,25%, declarado por 8 empresas. Em seguida foi a tonagem situada entre as 15 e 26 toneladas, com 41,14%, declarado por 7 empresas. Muito próximo desta segunda foi a tonagem entre 3,5 e 10 toneladas, com 32,11%, declarado por 8 empresas.

Comparando com os anos anteriores verifica-se uma alteração substancial. A maior utilização em 2005 foi dada às viaturas até às 10 toneladas, enquanto que nos anos anteriores se situou com maior incidência nas viaturas acima das 10 toneladas.

Taxa de utilização da frota

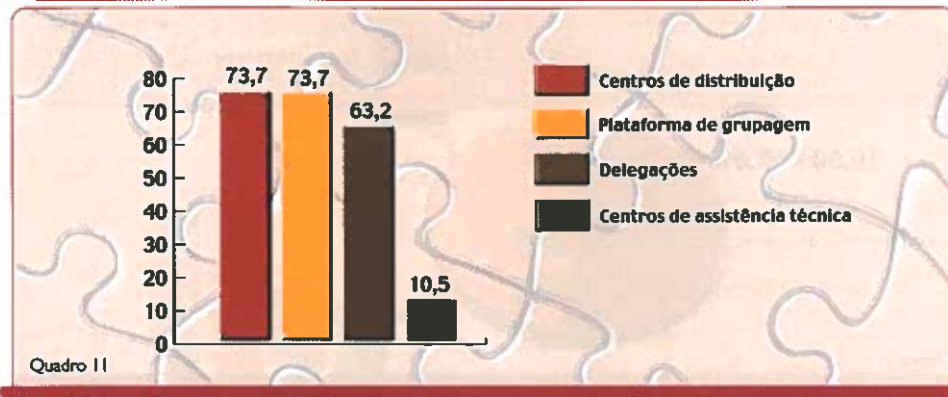


2.18. Infra-estruturas logísticas

Quanto ao tipo de infra-estruturas logísticas verifica-se que a maioria das empresas funciona com centros de distribuição (73,7%) e plataformas de grupagem (73,7%).

Comparando com o estudo anterior, verifica-se um ligeiro aumento das plataformas de grupagem e das delegações.

Infra-estruturas logísticas das empresas

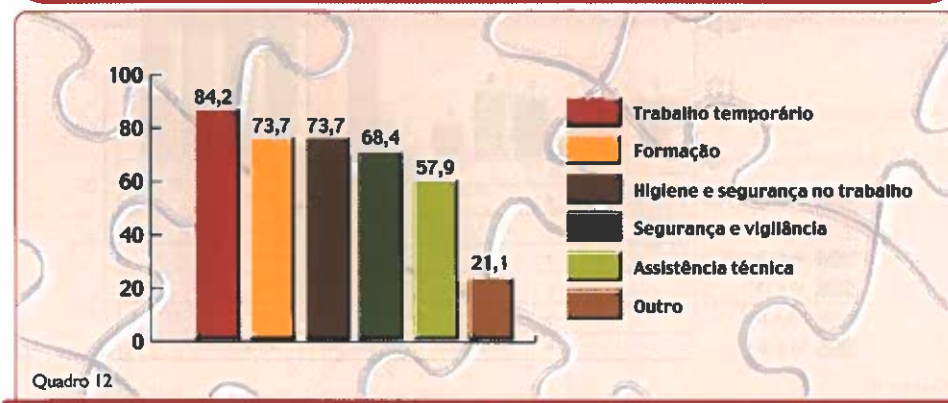


2.19. Serviços sub-contratados

A maioria das empresas recorreu a trabalho temporário, bem como à contratação de empresas na área da formação e higiene e segurança no trabalho.

Comparando com os últimos anos, verifica-se que existiu um ligeiro decréscimo das sub-contratações em todos os níveis.

Tipo de serviços sub-contratados pelas empresas



2.20. Tipologia dos armazéns

Os armazéns possuem em média um pé direito de 9,67 metros, um volume disponível médio de cerca de 180 mil metros cúbicos e uma quantidade média de cerca de 40 mil paletes.

Comparando com o estudo anterior, verifica-se que existiu um aumento do volume disponível, bem como do número de paletes utilizadas.

Tipologia dos armazéns

	Número	Média
Pé direito	16	9,67
Volume disponível	12	180592,50
Número de paletes	12	40150,00

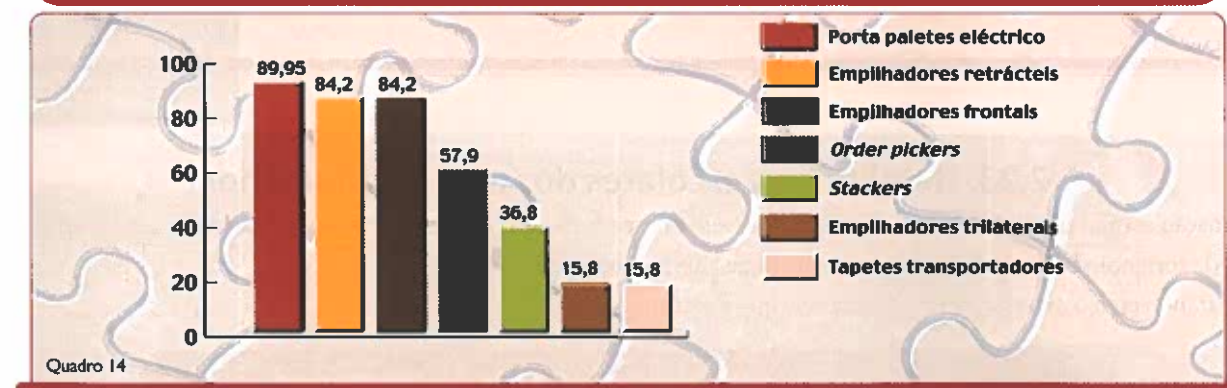
Quadro 13

2.21. Equipamentos de movimentação

Quanto ao tipo de equipamento de movimentação, verifica-se que os porta paletes eléctricos e os empilhadores retrácteis e frontais são os equipamentos utilizados de forma extensiva.

Comparando com o estudo anterior, verifica-se que aumentou significativamente o número e a diversidade de equipamentos, o que aparentemente melhorou a eficiência e eficácia das empresas.

Equipamentos de movimentação



Comandar a Acção

Sem um sistema de informação adequado não é possível comandar e controlar os fluxos físicos.

A equipa de Sistemas de Informação da LOGISTEMA desenvolveu o WAREPACK PRO a pensar nas necessidades e nos vários níveis de complexidade do mercado português.

Competitivo em preço

- Simples de operar
- Rápido e fácil de implementar
- Totalmente em português
- Baixo custo de manutenção

WarePack PRO



LOGISTEMA
CONSULTORES DE LOGÍSTICA S.A.

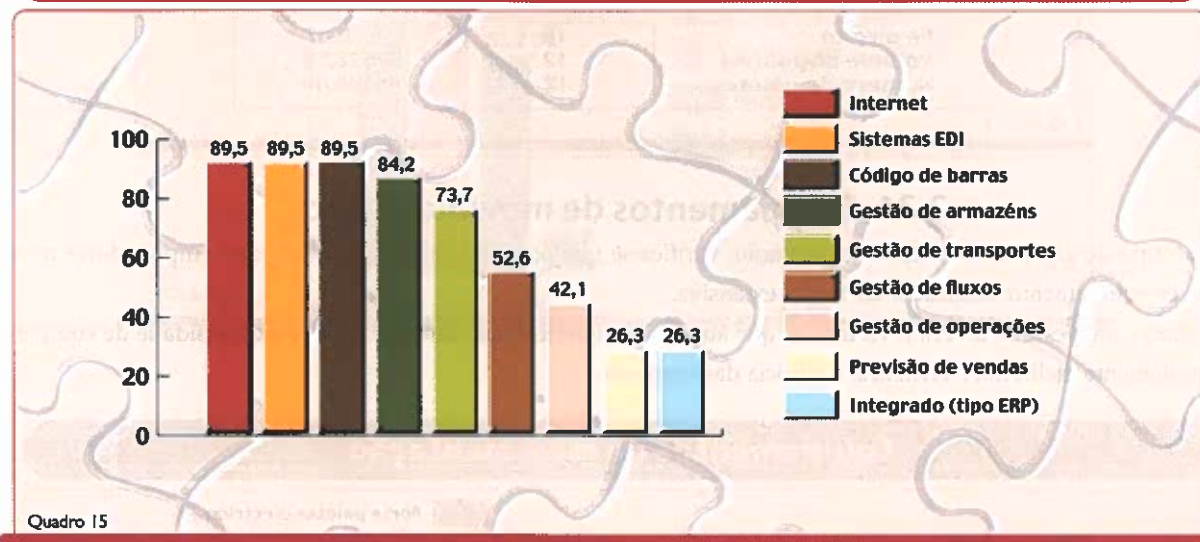
Rua Conselheiro Lopo Vaz, Lote D - Loja E 1800-142 LISBOA
Tel.: 218 540 850 Fax.: 218 540 859 Email: geral@logistema.pt

2.22. Sistemas de informação e comunicação

No domínio dos sistemas de informação e comunicação, as empresas utilizam uma multiplicidade de métodos, onde se destacam a utilização extensiva da Internet, dos sistemas EDI, do código de barras, da gestão de armazéns e da gestão de transportes. Apenas uma minoria possui sistemas de gestão integrada e de previsão de vendas.

Comparando com o último estudo, verifica-se uma situação semelhante. Apenas a previsão de vendas baixou nas empresas desta amostra.

Sistemas de informação e comunicação

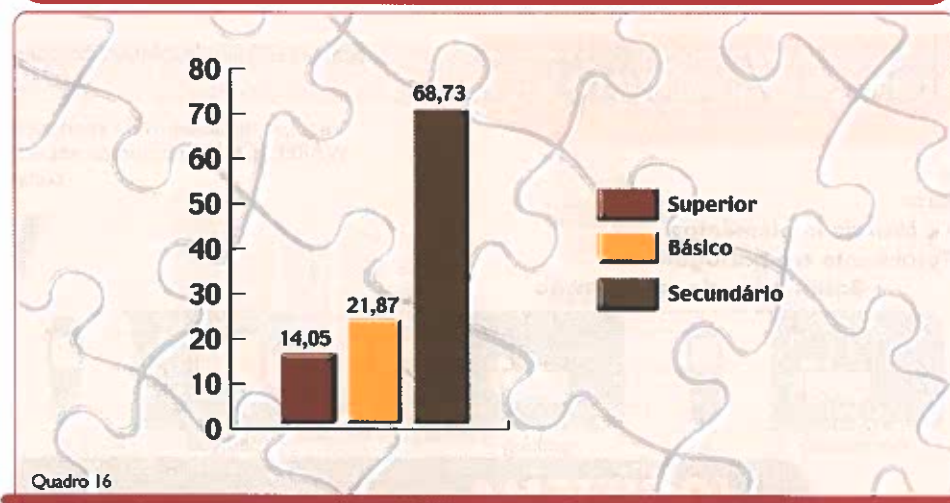


2.23. Habilitações escolares dos recursos humanos

A formação escolar do pessoal situa-se maioritariamente numa formação entre o 9º ano de escolaridade e o 12º ano (68,73%), seguida da formação básica com 21,87% e da formação superior com 14,05%.

Comparando com o anterior estudo, verifica-se que a estrutura se mantém idêntica.

Formação escolar dos recursos humanos



PORTO DE AVEIRO

entre a terra e o mar,
uma escolha com futuro.



Porto de
AVEIRO

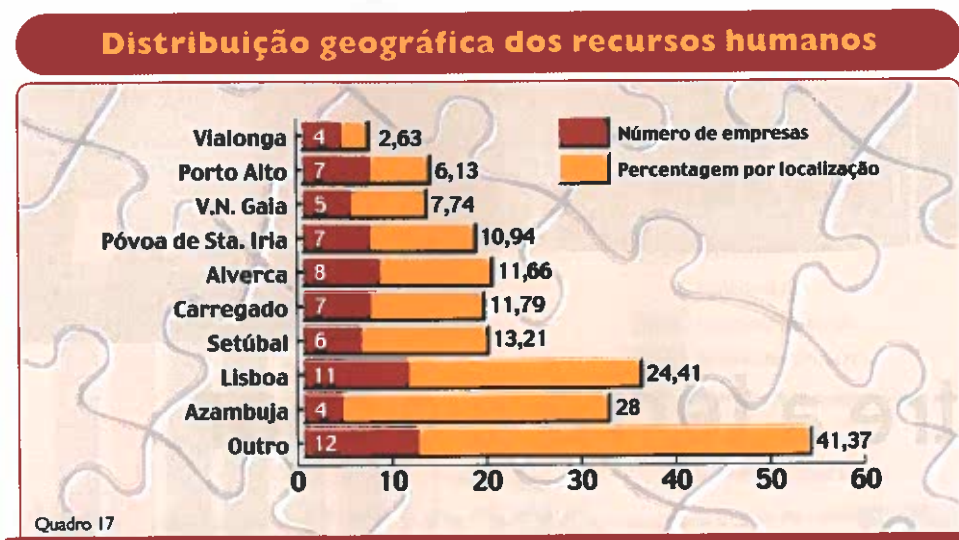
Edifício 9 - Forte da Barra
Apartado 91
3834-908 Gafanha da Nazaré
Telefone - 234 393 300 / Fax - 234 393 399
E-mail - geral@portodeaveiro.pt

www.portodeaveiro.pt

2.24. Distribuição geográfica dos recursos humanos

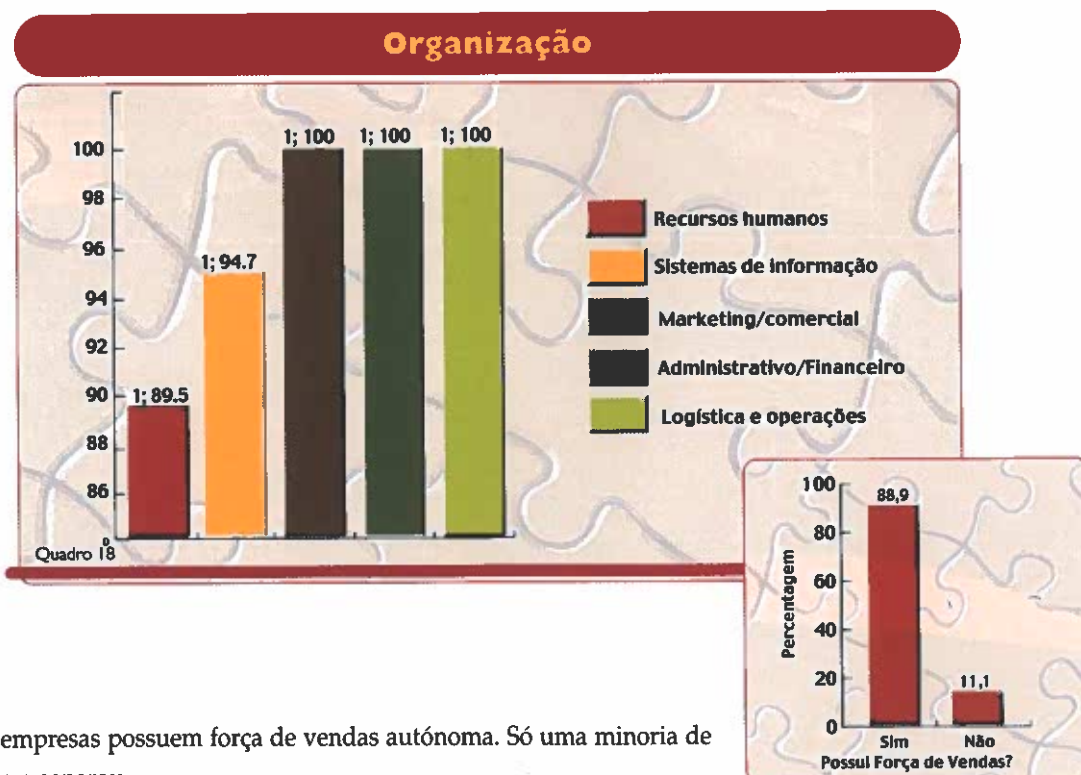
A localização geográfica dos recursos humanos centra-se nas áreas do Ribatejo, onde estão sedeadas a maioria das empresas que responderam ao estudo, tal qual se pode ver no quadro 17.

Assim, 78,39% do pessoal vive no eixo da linha de Azambuja (Azambuja, Carregado, Alverca, Santa Iria da Azóia e Vialonga).



2.25. Organização

Relativamente à estrutura organizacional destas empresas, verifica-se que todas as empresas possuem áreas de marketing, financeiras e logísticas autónomas. Em relação aos recursos humanos e sistemas de informação apenas uma minoria não as autonomizou.

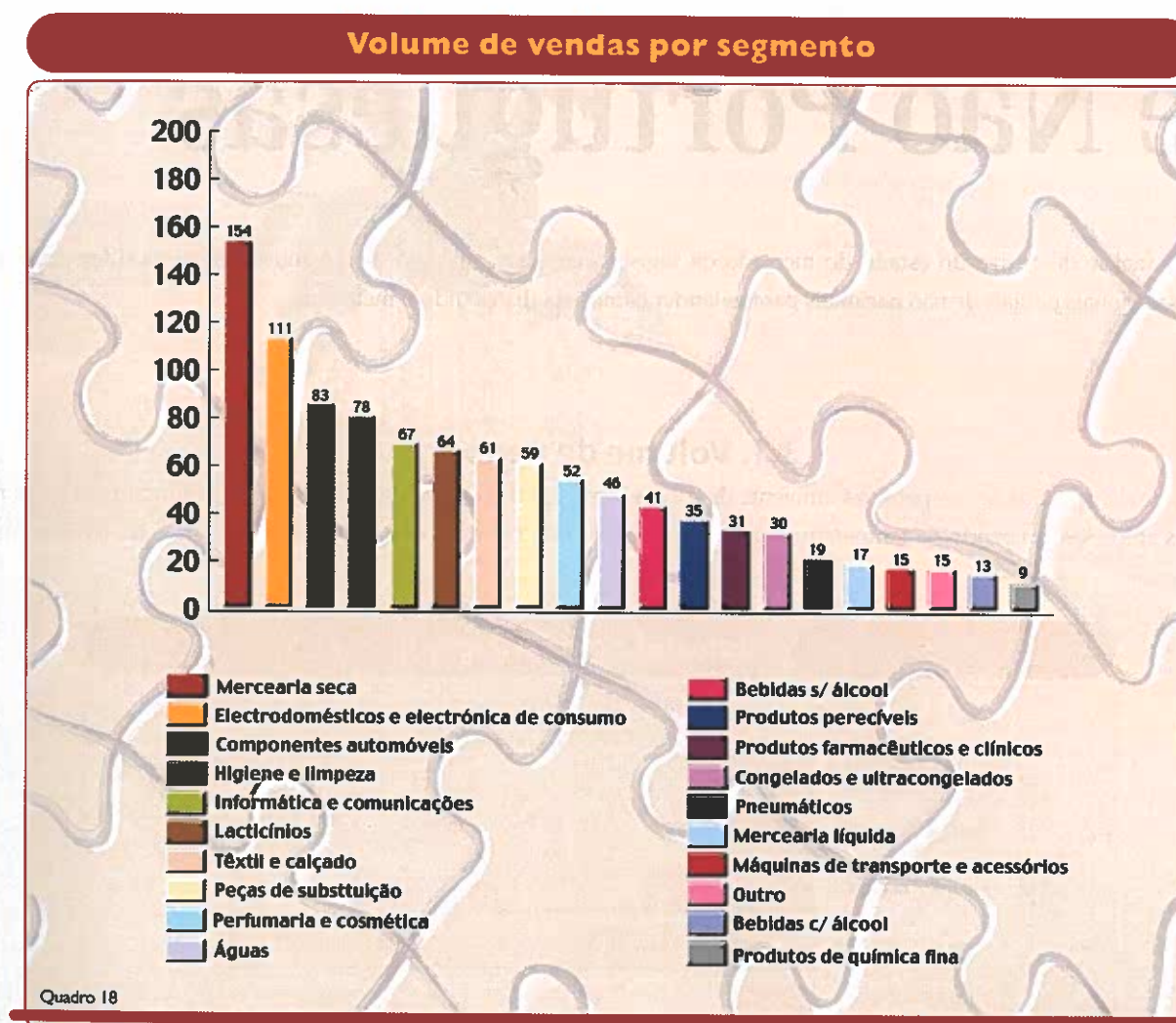


Quase todas as empresas possuem força de vendas autónoma. Só uma minoria de duas empresas não a separou.

2.26. Volume de vendas por segmento

Para o cálculo do volume de vendas por segmento foi multiplicado o número das empresas que indicaram o segmento pelo volume que cada uma realizava. Isto permitiu-nos verificar que a maior percentagem do volume de vendas se centrava nos produtos de mercearia seca com um índice 154, que corresponde a cinco empresas com um volume médio em cada uma de 30,8% das suas vendas. Em seguida temos os electrodomésticos e electrónica de consumo com um índice de 111. Em terceiro lugar emergem os componentes automóveis com um índice de 83.

Em comparação com a análise do ano anterior, encontramos uma estrutura de vendas diferente. O cálculo também foi diferente. A simples percentagem média por cada empresa não torna o dado significativo.

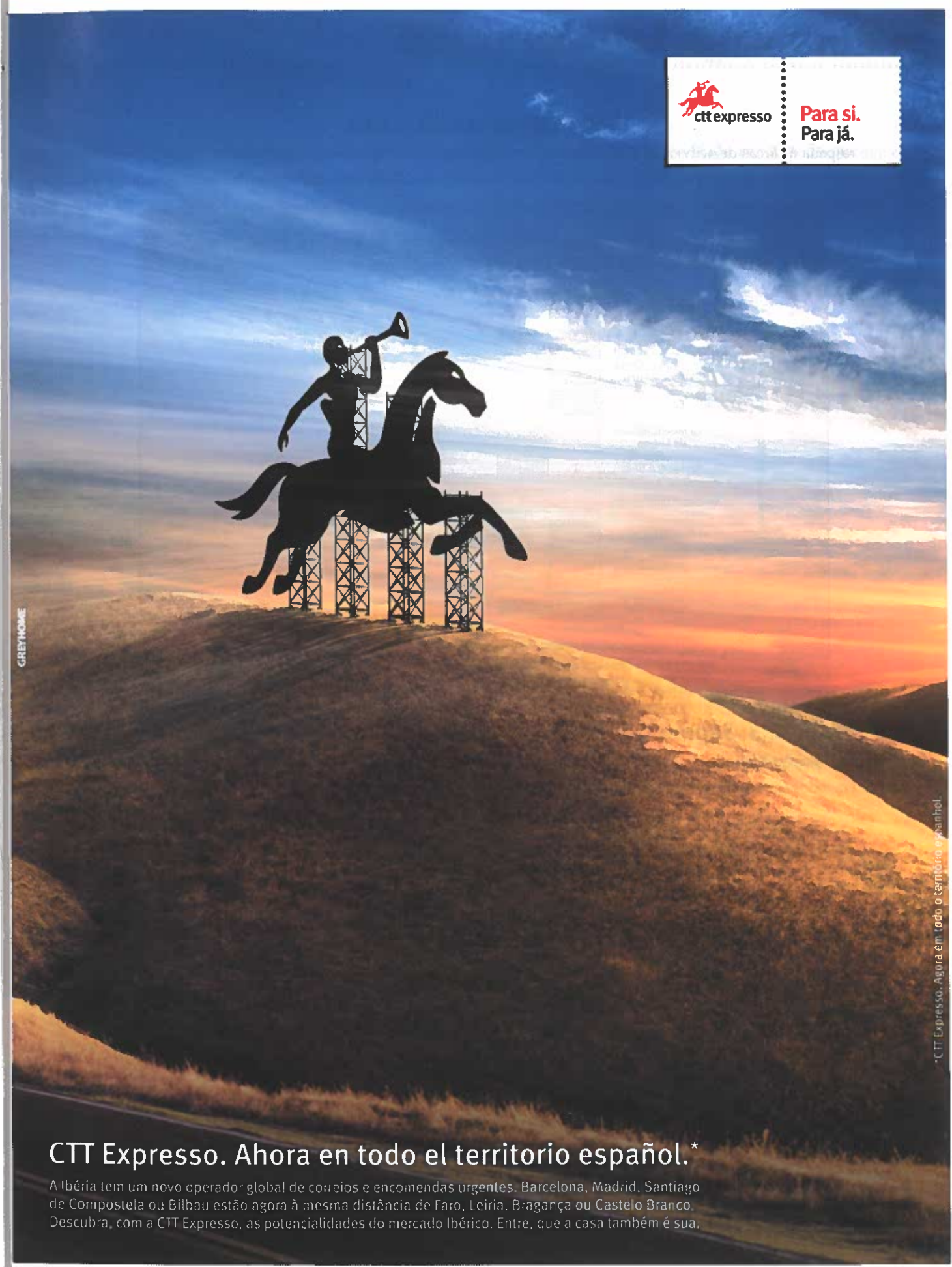
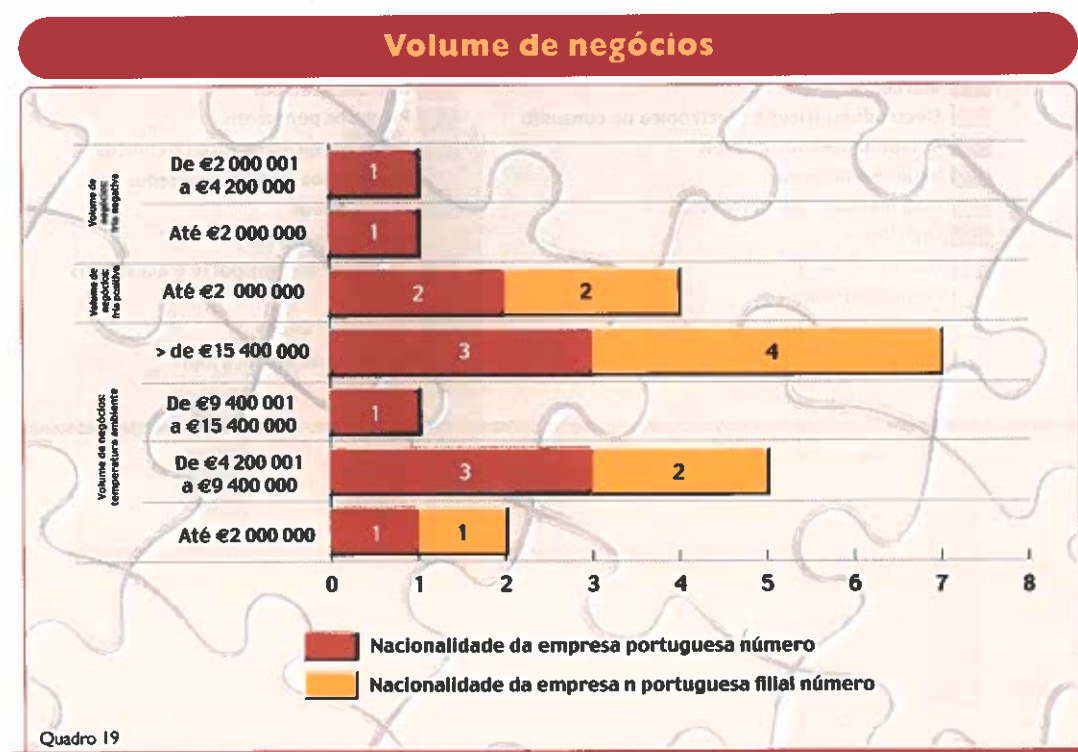


3. Análise comparativa entre as empresas Portuguesas e as Filiais de Não Portuguesas

Após a análise descritiva do estado do mercado da logística em Portugal parece relevante verificar as diferenças entre as empresas nacionais e filiais de não nacionais para entender como está distribuído o mercado.

3.1. Volume de negócios

O volume de negócios na temperatura ambiente distribui-se por todas as empresas. Quase se pode afirmar que, pelas respostas destas empresas, o negócio na temperatura ambiente e no frio positivo está repartido. No frio negativo só existem empresas portuguesas.



CTT Expresso. Ahora en todo el territorio español.*

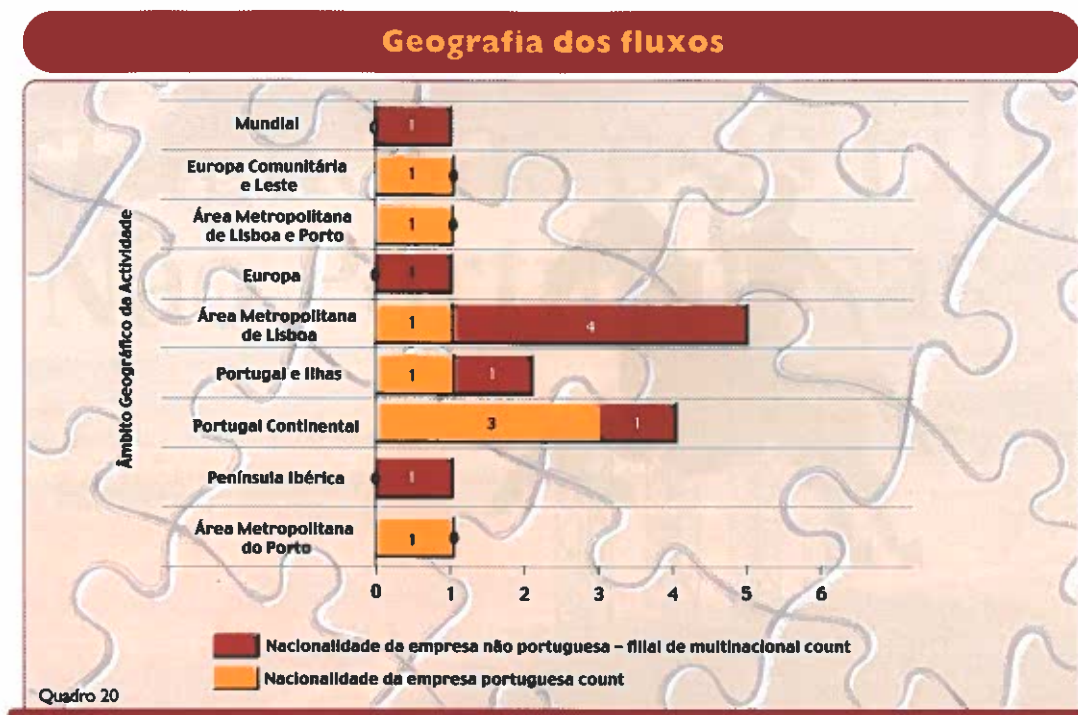
A Ibéria tem um novo operador global de correios e encomendas urgentes. Barcelona, Madrid, Santiago de Compostela ou Bilbao estão agora à mesma distância de Faro, Leiria, Bragança ou Castelo Branco. Descubra, com a CTT Expresso, as potencialidades do mercado Ibérico. Entre, que a casa também é sua.

Linha CTT Expresso 808 200 118

www.cttexpresso.pt

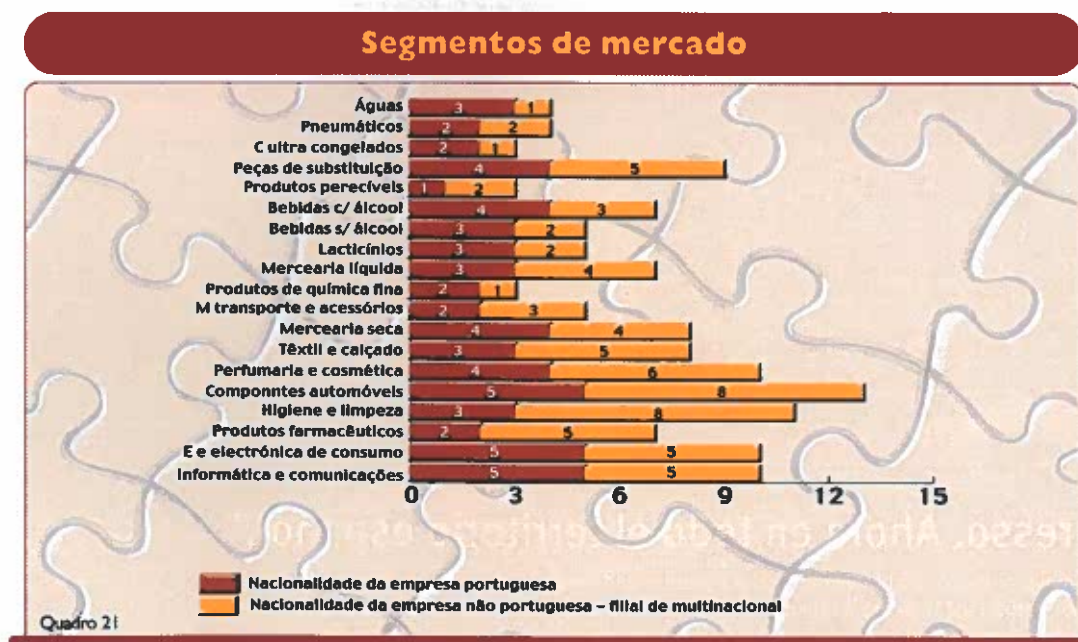
3.2. Geografia dos fluxos

No que respeita às áreas de actividade das empresas, verifica-se que existe uma distribuição atípica, não se podendo atribuir áreas prioritárias a cada tipo de operador. Não se confirmam, assim, os resultados atribuídos no último estudo em que existia uma maior concentração das não filiais nas grandes áreas metropolitanas e as filiais no resto do País.



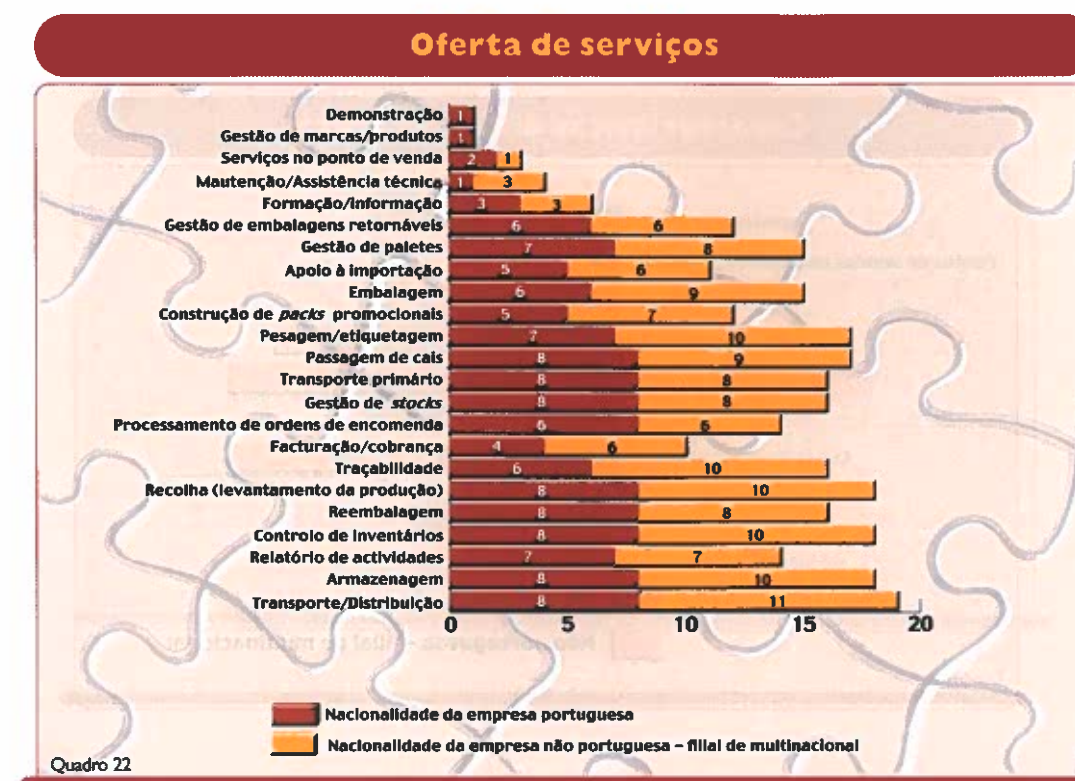
3.3. Segmentos de mercado em cada tipo de operador

Esta comparação revela que o mercado em cada um dos segmentos se encontra perfeitamente dividido. Ambos os tipos de empresa operam em todos os sectores, mostrando uma maior homogeneização da distribuição do mercado do que no último estudo.

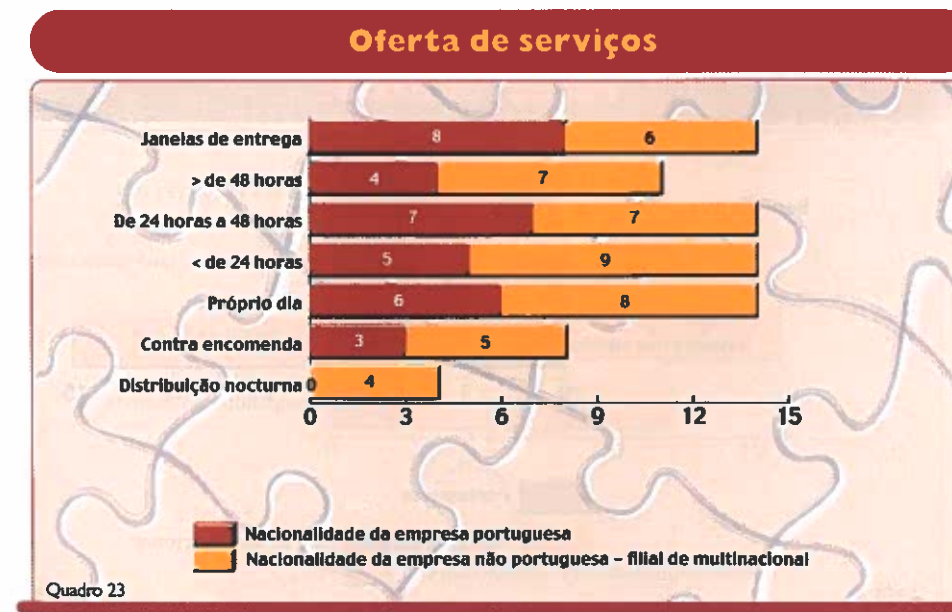


3.4. Oferta de serviços

Quanto às diferenças da gama de serviços oferecidos, verifica-se uma maior homogeneidade em 2004 do que em 2002. A traçabilidade continua a ser ligeiramente mais forte nas filiais.

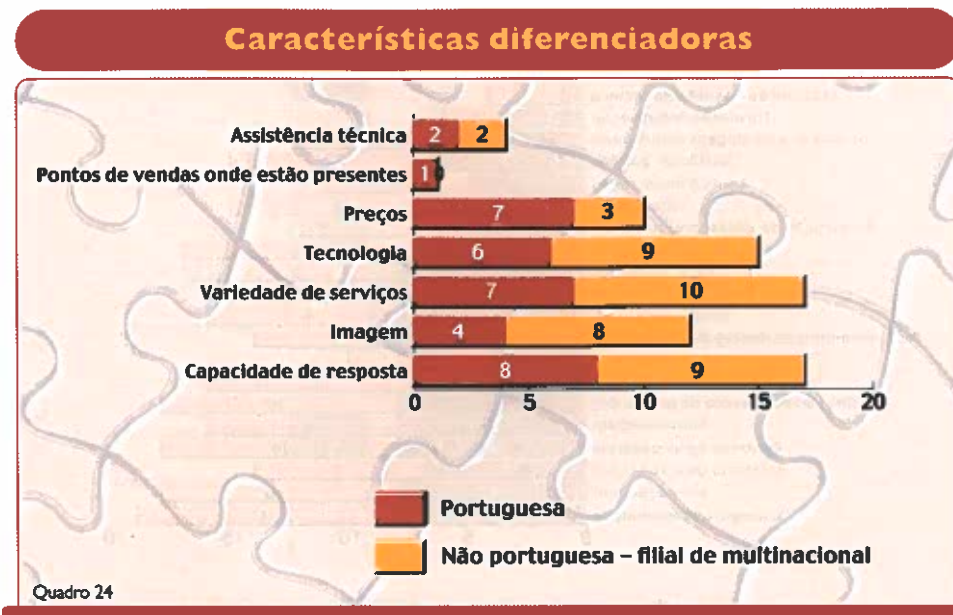


Quanto ao tipo de serviços que são disponibilizados, verifica-se que a distribuição também é homogénea, excepto na distribuição nocturna, onde apenas operam as filiais de multinacionais.



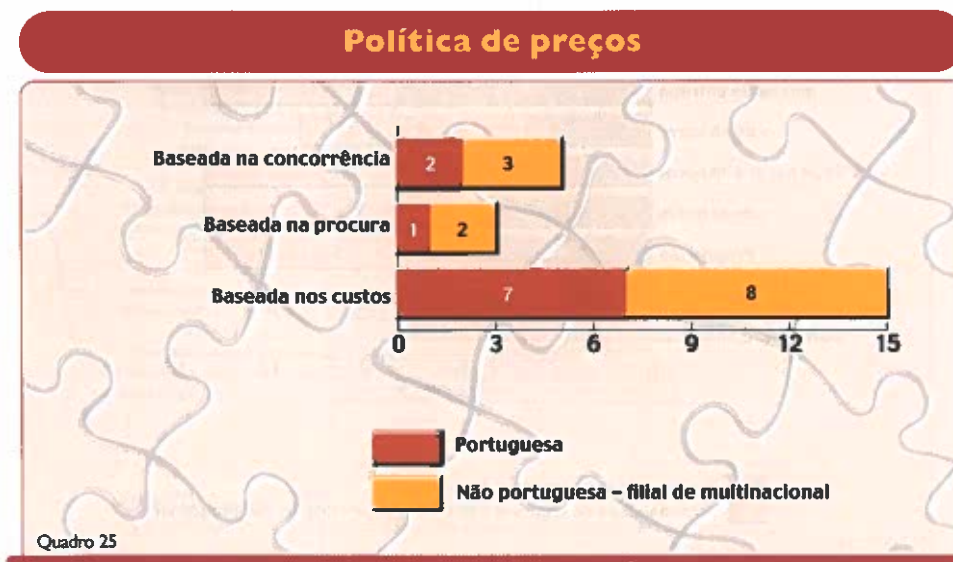
3.5. Características diferenciadoras

Verifica-se que as empresas portuguesas e as não portuguesas – filiais de multinacionais se diferenciam significativamente na captação dos seus clientes. Assim, as empresas portuguesas apostam mais no preço para se diferenciarem e as filiais numa política de imagem, na tecnologia e na variedade de serviços que oferecem. Este cenário é francamente diferente do estudo anterior, em que o tipo de empresas se aproximava nas características diferenciadoras.



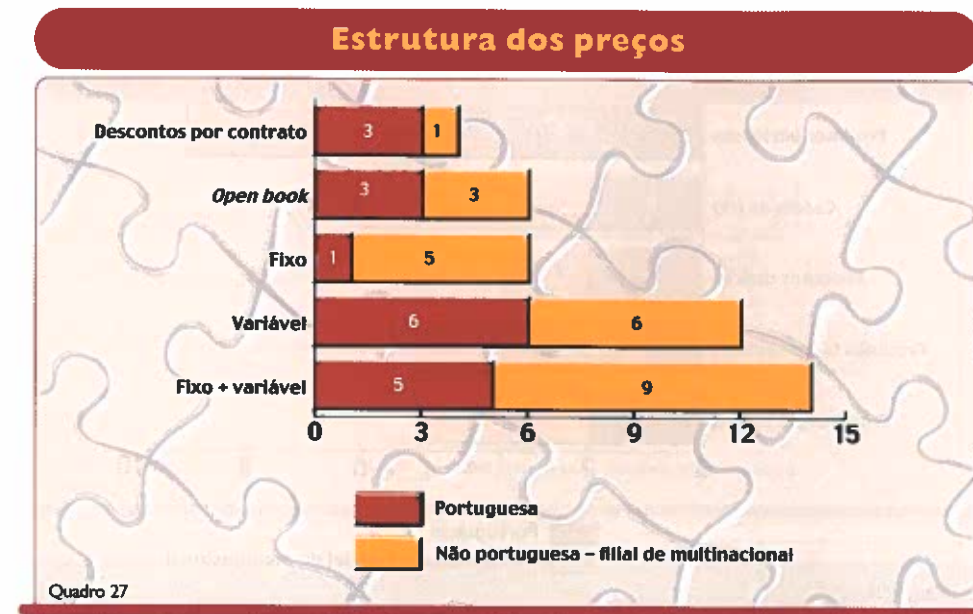
3.6. Política de preços

No que se refere à política de preços, verifica-se que não existem diferenças significativas entre as empresas portuguesas e as filiais de multinacionais. Este ano já se encontraram empresas que baseiam os seus preços pela concorrência. A diferença para o último estudo também é significativa, uma vez que as estratégias se encontram mais homogêneas.



3.7. Estrutura dos preços

Quanto à estrutura dos preços, verificam-se algumas diferenças entre as empresas. Assim, as empresas portuguesas fazem descontos por contrato e as filiais utilizam a tipologia de preço que envolve um preço fixo em conjunto com o variável.



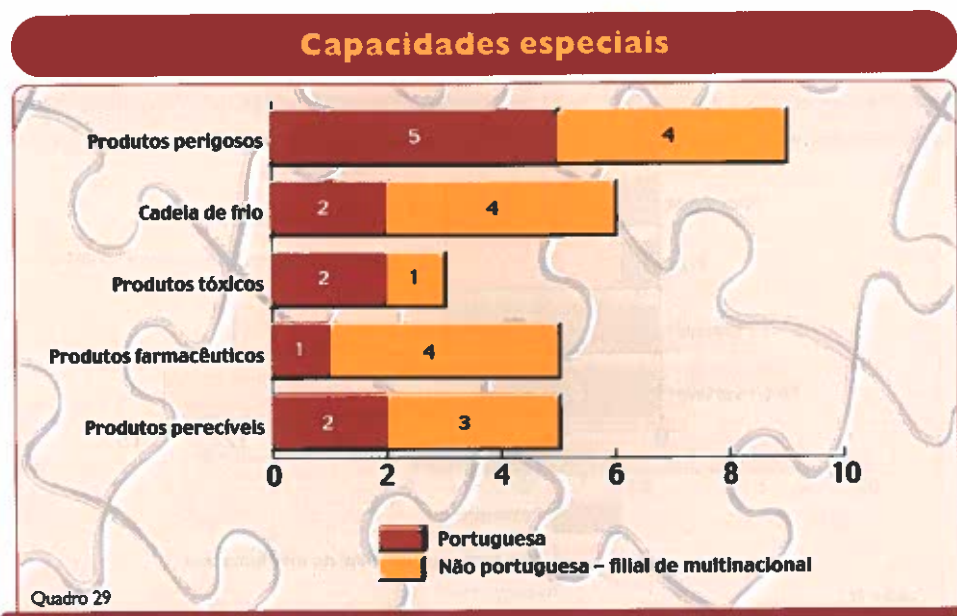
3.8. Comunicação com o mercado

A comunicação com o mercado entre estes dois tipos de empresas varia significativamente. As empresas filiais de multinacionais comunicam com o mercado de forma mais diversificada. Mais em seminários e conferências, mais pela sua força de vendas e muito mais em publicidade. Estes dados são bastante diferentes do último estudo, onde as empresas se encontravam mais homogêneas.



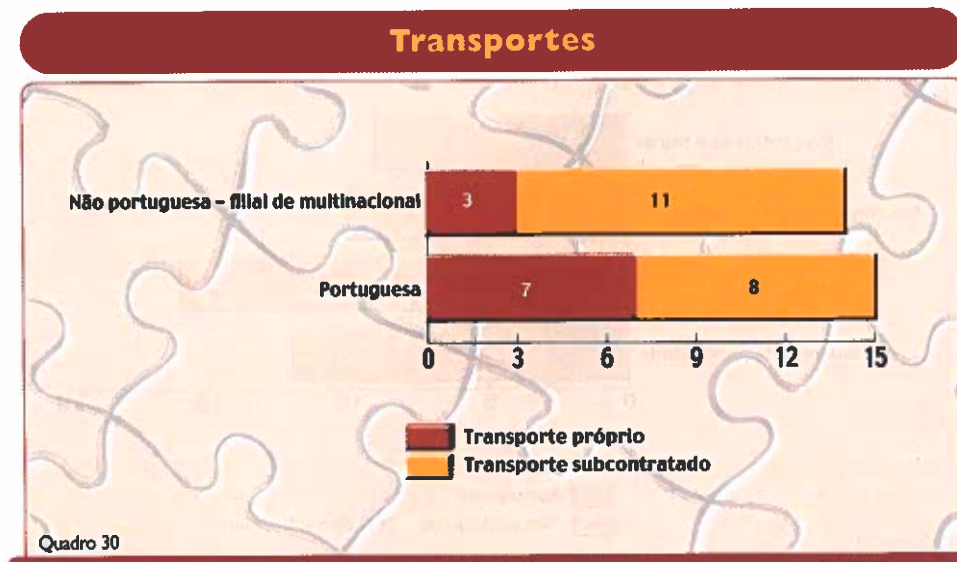
3.9. Capacidades especiais

Nas capacidades especiais verifica-se que as filiais possuem mais capacidade na cadeia de frio e nos produtos farmacêuticos. Estas capacidades não reflectem o que se passava no último estudo.



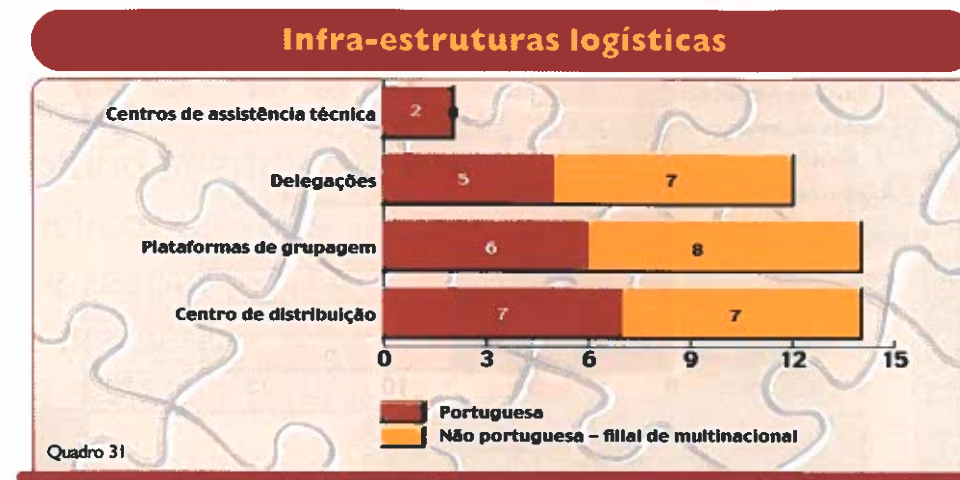
3.10. Transportes

As empresas portuguesas dividem-se entre transporte próprio e subcontratado e as filiais subcontratam mais transporte, logo possuem menos transporte próprio, o que já acontecia no último estudo, mas com valores mais baixos. As filiais aparentemente adquiriram mais transporte próprio.



3.11. Infra-estruturas logísticas

As empresas diferenciam-se em algumas infra-estruturas. Assim, as portuguesas possuem mais centros de assistência técnica e as filiais caracterizam-se por possuírem mais plataformas de grupagem e mais delegações. Estas diferenças parecem estar de acordo com o tipo de transporte que cada um utiliza.



EIXÕES: UM PORTO COMPETITIVO, ECONÓMICO E SEGURO



Terminal de Contentores
Terminal de Carga Geral
Terminal de Granéis Sólidos
Terminal Petrolífero

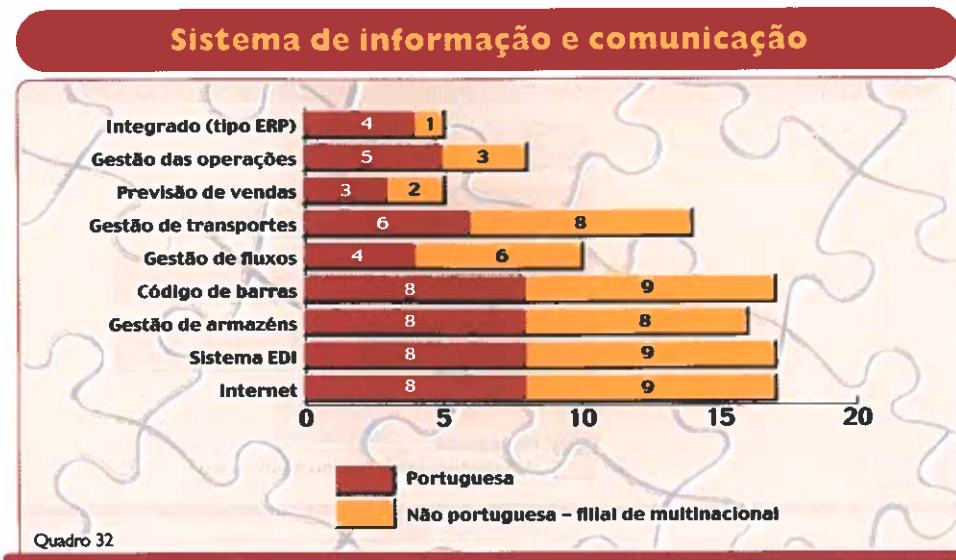
- Terminal Ro-Ro
- Terminal de Passageiros
- Porto de Pesca
- Marina de Recreio



APOL - Administração dos Portos do Douro e Leixões, S.A.
Rua da Liberdade 1401-001 LEIXÕES DA PALMEIRA - PORTUGAL
www.apol.pt | E-mail: geral@apol.pt

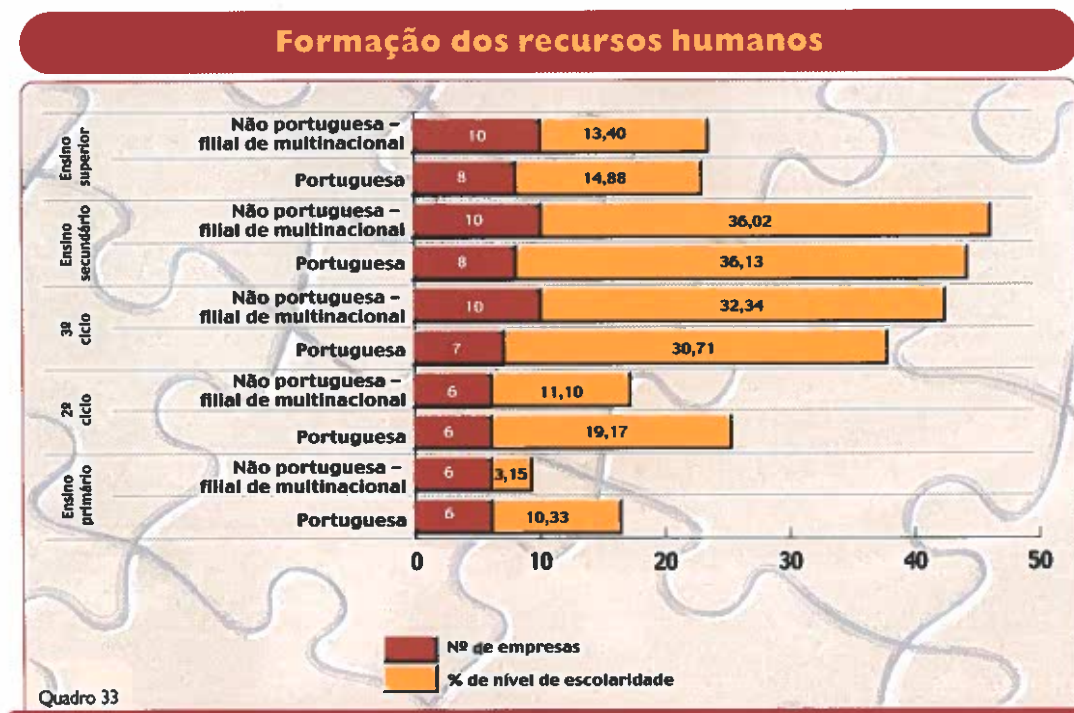
3.12. Sistemas de informação e comunicação

As empresas portuguesas possuem mais os sistemas integrados tipo ERP e a gestão de operações, enquanto as filiais só se diferenciam significativamente com mais gestão de transportes, uma vez que subcontratam mais.



3.13. Formação dos recursos humanos

Na formação dos recursos humanos, verifica-se que as filiais possuem pessoal com maior nível de escolaridade. Possuem um maior número de colaboradores com nível superior e com o secundário, enquanto que nas empresas portuguesas dominam os funcionários com formação de nível primário e de 2º ciclo.



Toda a informação do sector logístico ao seu alcance

Conheça profundamente o sector logístico, os seus operadores e respectiva actuação no mercado

Saiba quais as tendências nacionais e internacionais

Adquira um know-how diferenciado e actual com a sua revista de logística

Conheça os produtos e serviços mais inovadores



Assine já e ganhe até 30% de desconto

*Campanha válida para Portugal Continental, Açores e Madeira até 31/12/2005

Modalidade de assinatura

Bim. desejo receber uma assinatura da revista LOGÍSTICA HOJE, por 1 ano (8 edições + edição especial Panorama da Logística), beneficiando de um desconto de 20% sobre o preço de capa - 40 €

Bim. desejo receber uma assinatura da revista LOGÍSTICA HOJE, por 2 anos (12 edições + 2 edições especial Panorama da Logística), beneficiando de um desconto de 30% sobre o preço de capa - 70 €

Identificação

Nome: _____ Função: _____
 Morada: _____ Localidade: _____
 Nº de identificação: _____ Contribuinte nº: _____

Forma de Pagamento Pretendida

Débito na conta abaixo indicada

Autorização de Pagamento

Por débito na conta abaixo indicada, queiram proceder, até nova comunicação, aos pagamentos das subscrições que vos forem apresentadas pela AJE-Sociedade Editorial, Lda.

Banco: _____ Balcão: _____
 N.º: _____
 Nome do Titular: _____
 Assinatura: _____ Data: ____/____/____

Junto envio cheque nº: _____ Banco: _____
 à ordem de AJE-Sociedade Editorial, Lda., no valor total da minha assinatura.
 Vale Postal

Os dados recolhidos destinam-se à gestão do seu pedido e a apresentação de futuras propostas. O seu fornecimento é facultativo sendo garantido o acesso aos dados e respectiva rectificação. Caso não pretenda outras propostas comerciais assinale

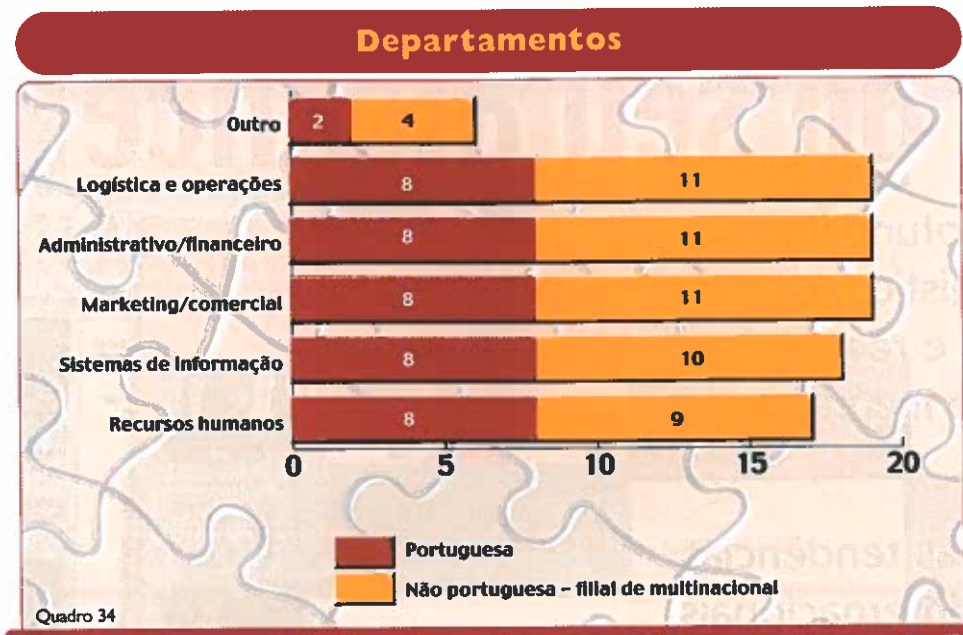
Preencha, fotocopie e envie para:

AJE-Sociedade Editorial, Lda.
 Remessa Livre
 9760 - 1906 Lisboa Codex
 ou se preferir para o fax: 218 140 044
 Mais informações ligue: 218 110 100 (Dep. de Assinaturas)

Para saber mais sobre a revista LOGÍSTICA HOJE visite www.aje.pt/ih

3.13. Departamentos existentes

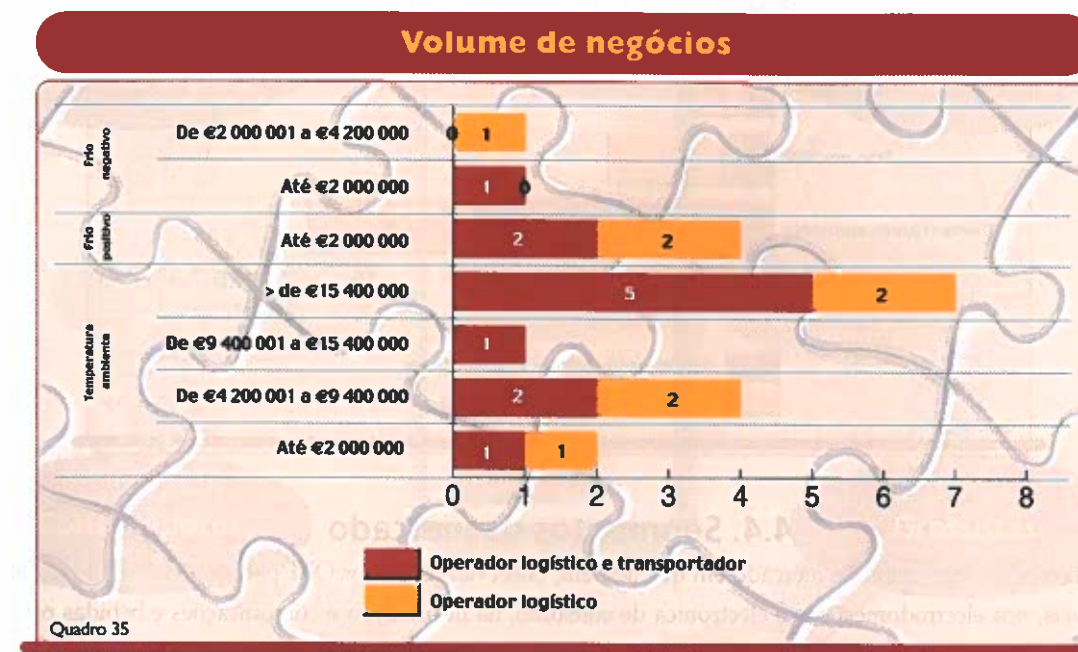
Estatisticamente não existem diferenças entre as empresas portuguesas e as filiais.



4.1. Volume de negócios

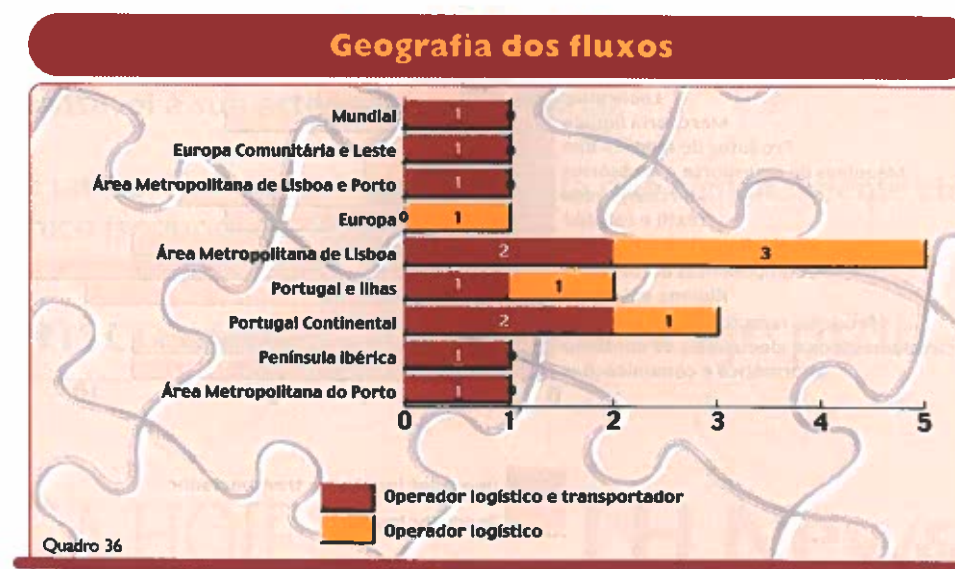
No que respeita ao volume de negócios de cada um dos grupos, verifica-se que é igual nas áreas do frio negativo e positivo quer para os operadores logísticos/transportadores, quer para operadores logísticos.

Já na temperatura ambiente, há um domínio dos operadores logísticos/transportadores, como se pode ver no quadro seguinte.



4.2. Geografia dos fluxos

No que respeita à dispersão dos fluxos físicos de cada grupo, verifica-se que os operadores logísticos/transportadores têm uma presença mais uniforme em todo o país, enquanto que os operadores logísticos se concentram mais na região da grande Lisboa, tal qual demonstrava o último estudo efectuado.



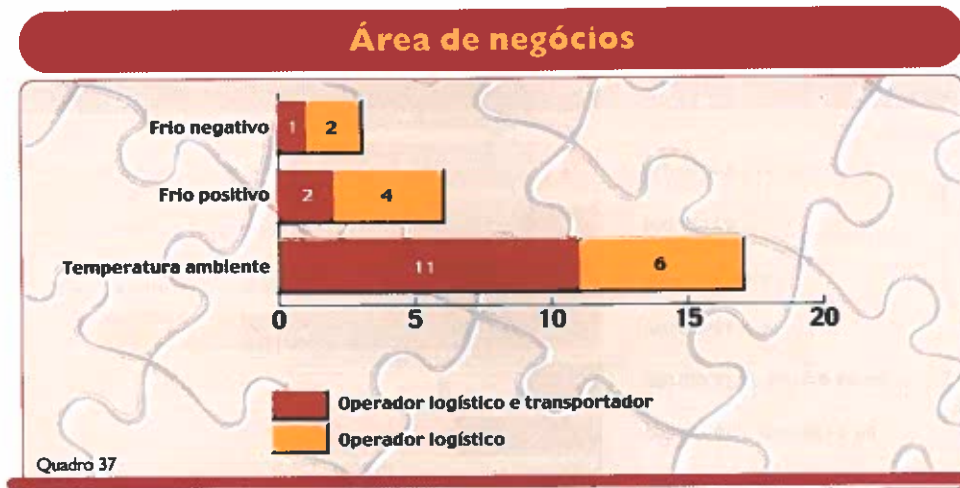
4. Análise operadores versus transportadores

Neste capítulo analisam-se dois grupos distintos de empresas: os operadores logísticos, que se dedicam em exclusivo à prestação de serviços logísticos, e aqueles que, para além desta actividade, prestam também serviços de transportes.

Esta análise pretende distinguir as empresas que se dedicam à organização, integração e gestão das actividades necessárias à disponibilização atempada e adequada dos bens nos locais de consumo, usando maioritariamente meios e recursos subcontratados, daquelas que prosseguem os mesmos objectivos, utilizando, em grande parte, meios e recursos próprios, em particular na actividade de transporte.

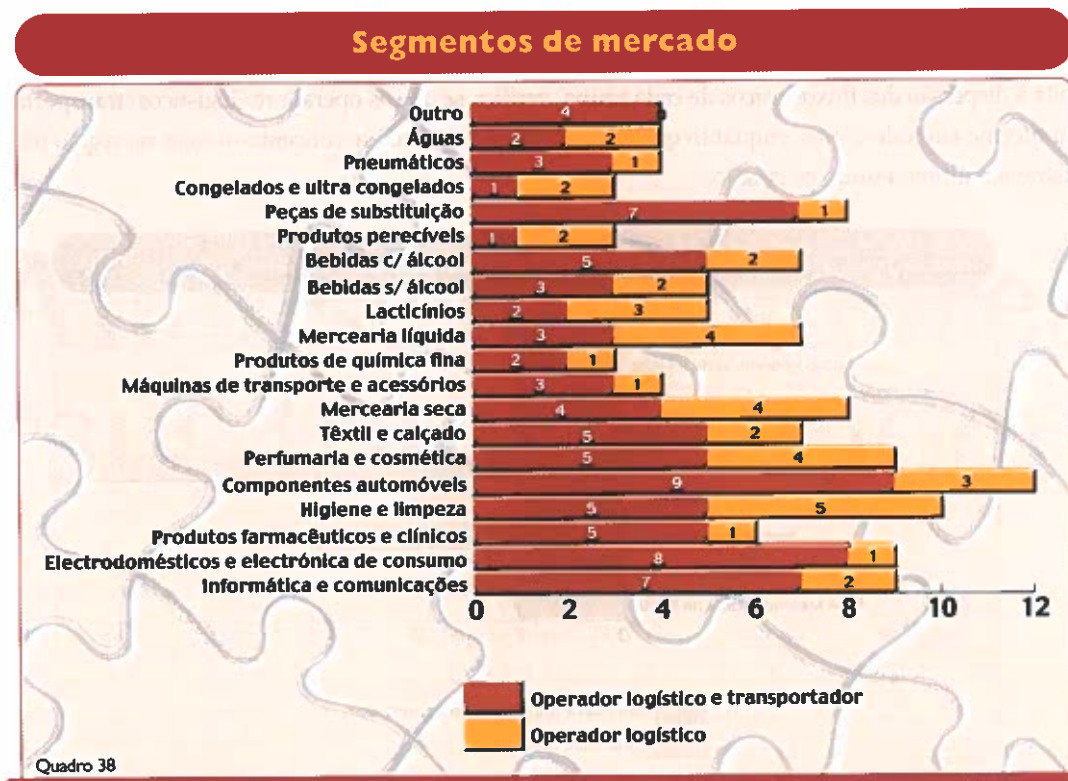
4.3. Área de negócios

No que se refere à área de negócios, constatamos que, quer os OLT, quer os OL que responderam ao estudo, actuam primordialmente na área da temperatura ambiente, embora com predomínio dos OLT. Ao contrário, na área de negócio frio positivo e negativo, o predomínio está nos OL, tal qual se verificava no último estudo.



4.4. Segmentos de mercado

Quanto aos diferentes segmentos de mercado em que actuam, observámos que os OLT predominam no mercado dos componentes automóveis, nos electrodomésticos e electrónica de consumo, na informática e comunicações e bebidas com álcool. Já os OL apresentam uma maior presença nos produtos de higiene e limpeza, mercadoria seca e mercearia líquida.



Information Chain Management*



Gestão da Cadeia de Informação

A **LH Newsletter** é a newsletter electrónica da revista **Logística Hoje** que o vai manter informado sobre tudo o que é notícia no sector da logística, proporcionando-lhe informação indispensável à sua actividade profissional.

A **LH Newsletter** é um serviço de assinatura gratuita que semanalmente chega à sua caixa de correio electrónico (segundas-feiras).

Inscriba-se já em www.aje.pt/lh

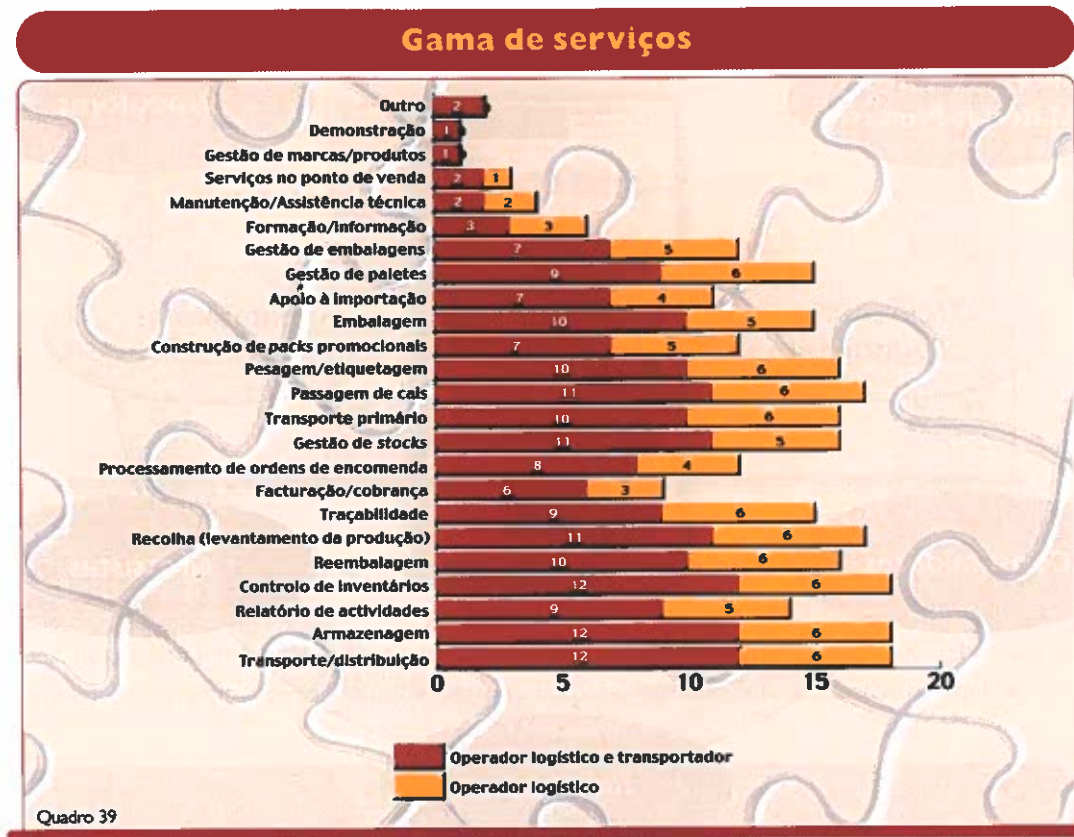
Uma edição:

LOGÍSTICA HOJE
Revista profissional da logística moderna

LH Newsletter
NewsLetter semanal de Logística

4.5. Gama de serviços

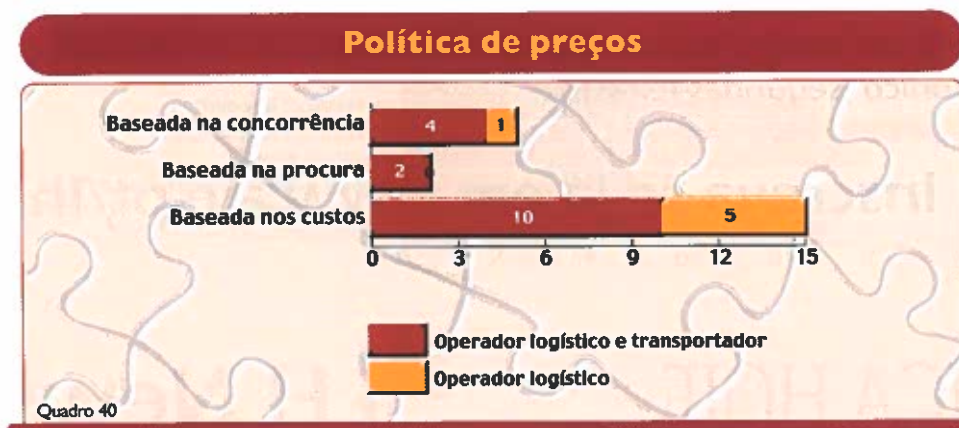
No que respeita à gama de serviços oferecidos pelas duas tipologias de empresas, observámos que os OLT têm uma oferta ligeiramente maior que os OL, nomeadamente ao nível da gestão de marcas e da demonstração. Aliás, estes resultados estão em concordância com o estudo efectuado anteriormente.



4.6. Política de preços

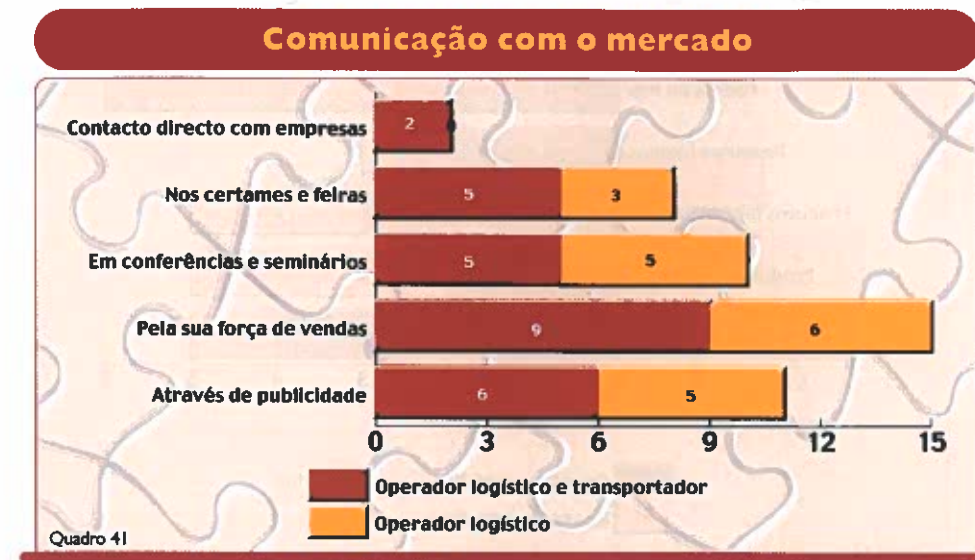
Questionadas acerca da política de preços, verifica-se uma grande diferença face ao estudo efectuado anteriormente. Assim, enquanto nesse estudo, os OLT optavam de modo igual entre a formação de preços orientada pelos custos e pela procura, nesta análise verifica-se que a formação de preços é baseada maioritariamente nos custos, seguida da concorrência e só depois com base na procura.

Aliás, esta tendência é seguida pelos OL, o que está em concordância com esse estudo.



4.7. Comunicação com o mercado

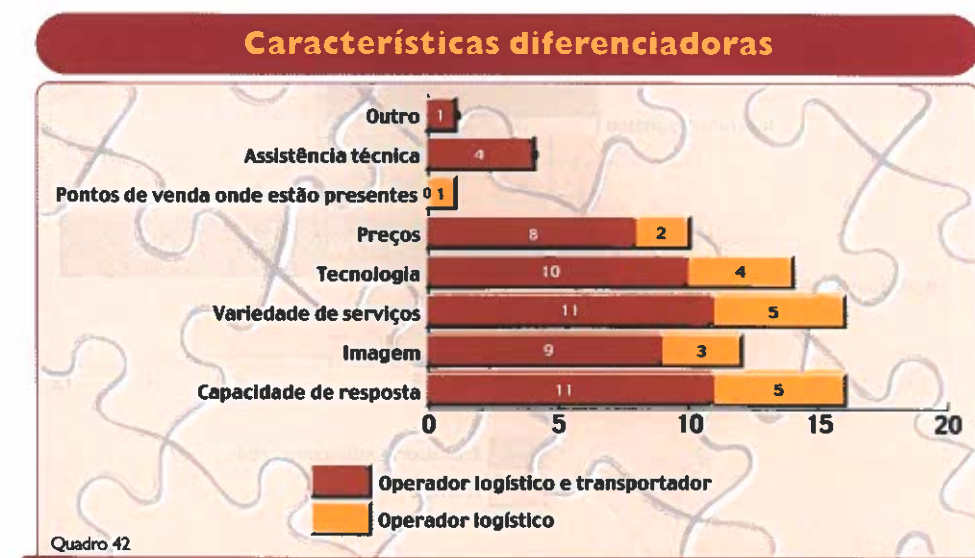
Quanto aos modos de comunicar com o mercado, verificámos uma uniformidade, tanto nos OLT como nos OL, nesta matéria. Todavia, destaca-se um predomínio no recurso de forças de vendas em ambos os sectores, seguido da publicidade e da divulgação em conferências e seminários.



4.8. Características diferenciadoras

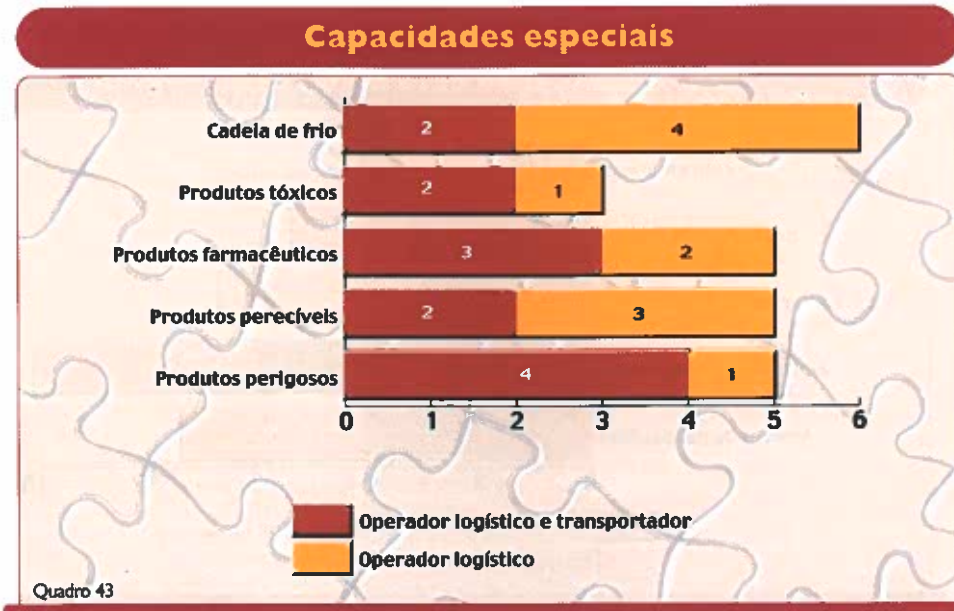
Questionadas acerca das características que diferenciam as empresas de outras concorrentes, a variedade de serviços e a capacidade de resposta foram os factores mais referidos por ambos os grupos. Aliás, há uma proporcionalidade entre todos os outros factores, tendo em conta o número de empresas que responderam ao estudo.

Tal como na última análise efectuada, o que mais distingue os OLT dos OL é o factor preço.



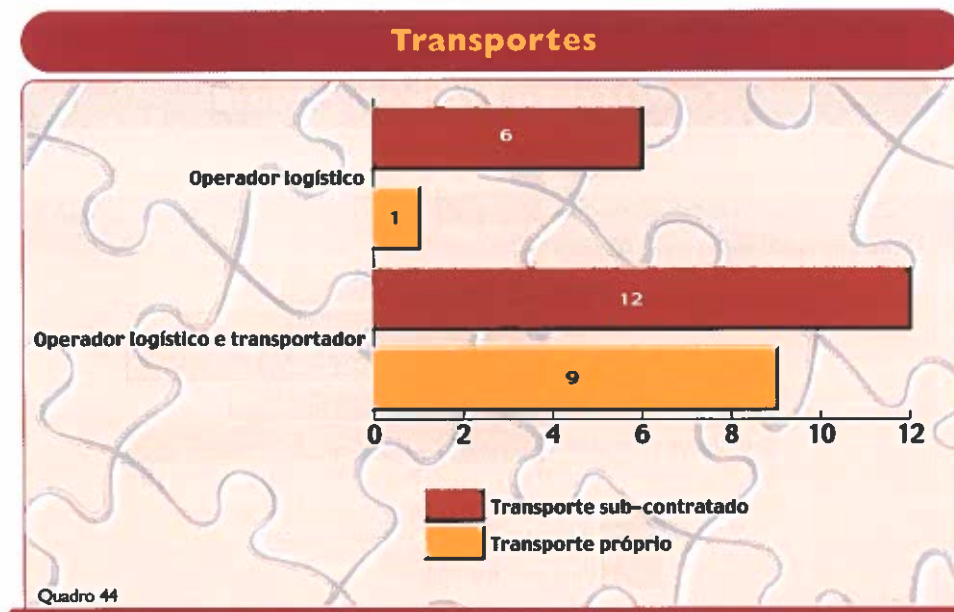
4.9. Capacidades especiais

No que toca à capacidade ou possibilidade dos operadores para transportar e manusear mercadorias ou para as quais se exige legalmente condições especiais, verifica-se o domínio dos OL nos produtos perecíveis e cadeia de frio, enquanto os OLT têm o domínio das restantes capacidades.



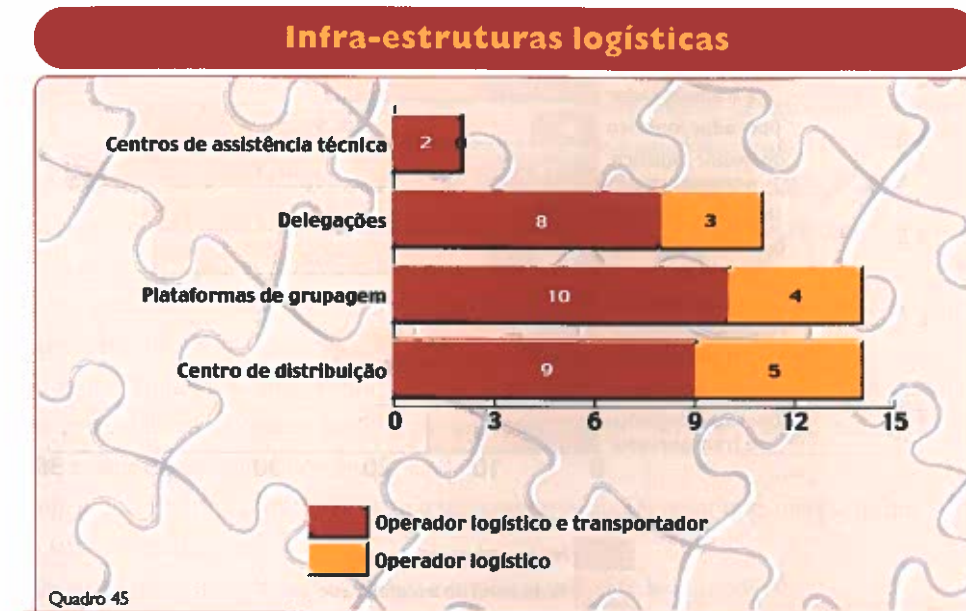
4.10. Transportes

Quanto ao tipo de transportes utilizado pelas duas tipologias de empresas, verifica-se, tal como no último estudo efectuado, que os OL praticamente não utilizam transporte próprio, por oposição aos OLT, que utilizam mais transportes próprios, mas numa percentagem inferior aos 50% observada no estudo anterior.



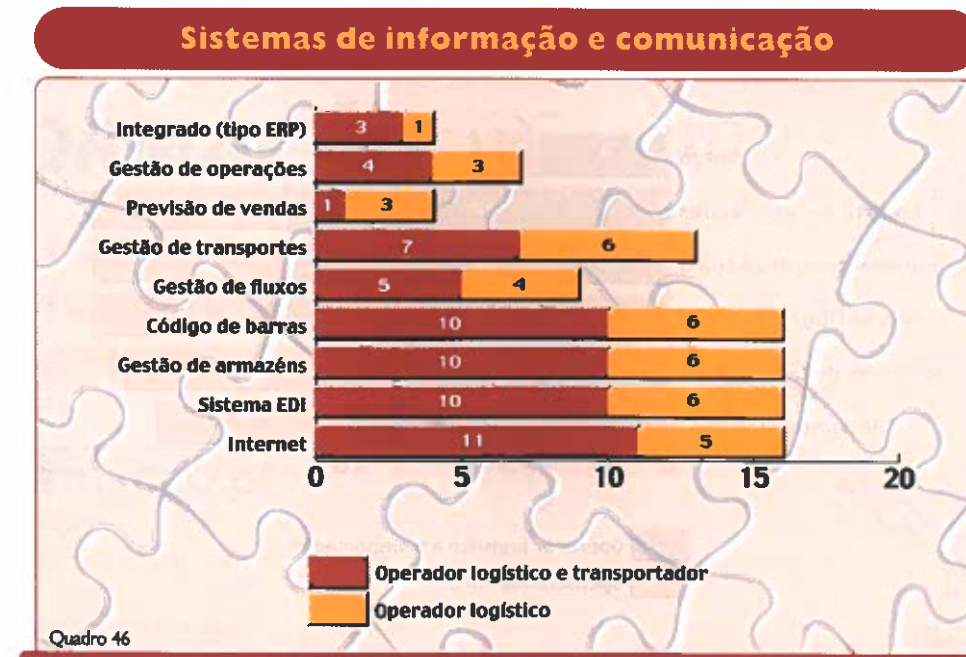
4.11. Infra-estruturas logísticas

Quanto aos vários tipos de infra-estruturas de que dispõem, constata-se que os OLT declaram uma maior proporção de infra-estruturas, tal qual os dados observados no estudo anterior, incluindo os centros de assistência técnica, que anteriormente eram declarados pelos OL.



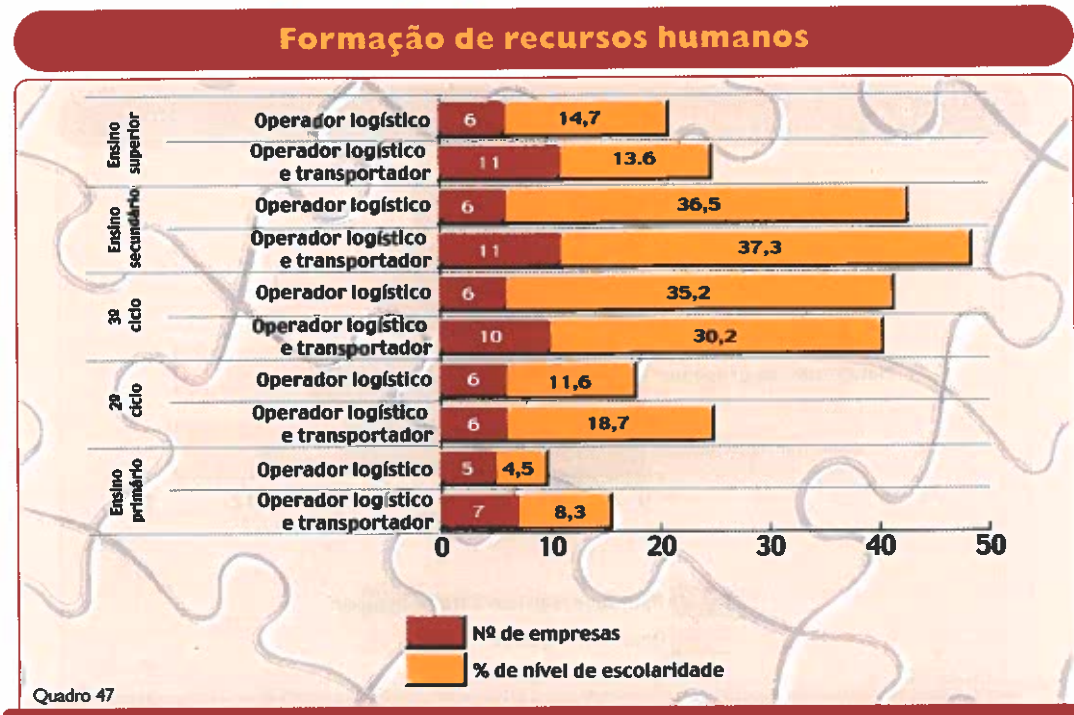
4.12. Sistemas de informação e comunicação

A comparação entre os dois tipos de operadores não nos revela grandes diferenças, apenas os operadores logísticos efectuam mais previsões de vendas e os operadores e transportadores mais sistemas integrados.



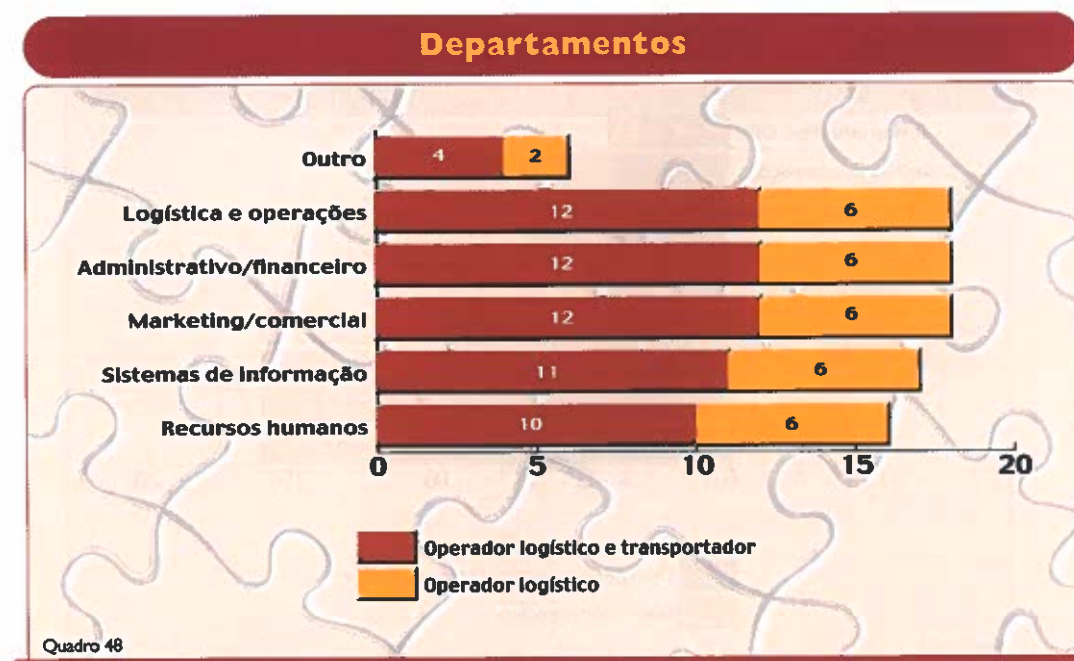
4.13. Formação de recursos humanos

Quanto à formação dos recursos humanos, não existem diferenças significativas na formação escolar dos recursos humanos.



4.14. Departamentos

Ao nível da organização departamental, e tal como revelaram os dados do estudo anterior, as duas tipologias de empresas revelam a mesma organização departamental.



Dados a reter

Face ao último Panorama da Logística, verifica-se uma ligeira diminuição de empresas certificadas (56% para os 47,4% actuais). Das empresas que declaram não ser certificadas, 50% afirmam querer obter a certificação no próximo ano e as restantes 50% num prazo máximo de quatro anos.

O estudo demonstrou uma maior internacionalização das empresas no seu âmbito de actividade, e uma maior actividade ao nível nacional. Por sua vez, decresceram as empresas que actuavam apenas a nível regional.

As empresas que responderam continuam a afirmar que não actuam ao nível de África (PALOP's).

Quer na área do frio negativo, quer positivo, as empresas declararam ter um volume de negócios baixo, situado na faixa dos dois a quatro milhões de euros. Em relação ao anterior estudo, aparentemente, o volume de negócios aumentou.

Duplicou o número das empresas que declaram facturar acima dos 15 milhões de euros. Já as que se posicionaram na faixa entre os 10 e os 15 milhões diminuíram.

Comparando os dados do último Panorama, verifica-se que as empresas aumentaram muito a sua comunicação com o mercado, já que passaram de percentagens na ordem dos 20% para os atrás citados. Talvez a situação mais complexa do mercado obrigue a este esforço de investimento em comunicação.

Constatou-se um aumento das empresas que possuíam transporte próprio. De notar que, mesmo as que têm transporte próprio, acabam por recorrer à subcontratação.

A tipologia de formação do pessoal mantém-se idêntica à verificada no estudo anterior. *

LOGISFORMAÇÃO Desde 1999

para a **Segurança e Produtividade nas Actividades Logísticas**

www.logisformacao.pt

ral@logisformacao.pt
 Alameda D. Gastão, 33 1.º Esq.
 1000-193 Lisboa
 T.: 218610520 Fax.: 218610529

