

INFRAESTRUTURA

MARCELLO CASAL JR./ABR/DIVULGAÇÃO/JC



Esperas, falhas de infraestrutura e falta de previsibilidade pressionam margens de transportadores e embarcadores, fatores que reduzem a competitividade do comércio exterior

Gargalos nas fronteiras elevam custos logísticos

Palestra de ABTI e Corelog expôs o impacto das filas, dos vazios e dos fechamentos de rota na competitividade do RS

Agnês Noll

✉ agnes@jcrs.com.br

Um caminhão parado na fronteira não é problema só de quem dirige. Essa foi a mensagem central da palestra “Fronteiras que custam”, apresentada por Gladys Vinci, vice-presidente executiva da Associação Brasileira de Transportadores Internacionais (ABTI), a convite da Corelog, no 14º Fórum Internacional de Infraestrutura e Logística, realizado pela Câmara Brasil-Alemanha do RS.

Gladys apresentou um cálculo que ela mesma classificou como “rústico” e conservador. Em Uruguiana, segundo ela, cerca de 300 caminhões ficam no pátio de importação, geralmente por dois dias. Com diá-

ria de R\$ 1,5 mil por veículo, o custo direto dessa imobilização chega a R\$ 900 mil. O valor considera só o caminhão parado, sem o preço da carga, o prejuízo do importador ou os efeitos na produção. “Tempo é competitividade. Para mim, tempo é dinheiro”, resumiu.

O custo não fica só com o transportador. Segundo ela, o embarcador também financia a espera, com capital imobilizado na carga parada, estoques de segurança maiores para compensar a imprevisibilidade, reagendamentos, fretes urgentes e até paradas de produção. No fim, o custo acumulado pressiona a margem e a confiabilidade do fornecedor.

Eduardo Eichenberg, presidente do Conselho do Grupo Ecore, que dividiu a palestra com Gladys, apresentou estimativa próxima. Para ele, um veículo parado na fronteira custa em média R\$ 2 mil por dia, valor absorvido pelo embarcador e pelo transportador.

A dimensão do problema aparece nos números. Entre ja-

neiro e setembro de 2026, as unidades da Receita em Uruguiana e São Borja movimentaram, juntas, US\$ 12,44 bilhões em exportações e importações. No comércio com a Argentina, as duas respondem por cerca de US\$ 8 bilhões, o equivalente a 46% do total bilateral. Só Uruguiana recolheu mais de R\$ 2,4 bilhões em tributos no período.

Em setembro, foram 23.937 passagens de caminhões pelas fronteiras gaúchas. Nas importações, 7.342 dos 12.198 veículos entraram vazios, ou 60,2% do total. Somando os vazios da exportação, foram 8.661 passagens sem carga, 36,2% de todas as travessias.

Eduardo atribuiu o desequilíbrio à balança comercial: o Brasil vende mais ao Mercosul do que compra pelo modal rodoviário. “É um custo que existe agregado ao processo, não tem como fugir disso”, disse. Gladys acrescentou que parte dos veículos entra na Argentina por São Borja e volta vazia por Uruguiana, por causa do

custo. O índice de vazios, portanto, também reflete decisões de rota e de reposicionamento de frota.

Ela apontou ainda a infraestrutura como fator de custo: acessos e pátios limitados, pavimento ruim, falta de equipamentos de inspeção, sistemas instáveis e pouca conectividade. Citou trechos em que o motorista passa horas sem internet, o que também afeta a segurança.

O caso mais crítico de 2026 foi o fechamento da Cordilheira dos Andes, com quase 60 dias de interrupções ao longo do ano, não necessariamente consecutivos, segundo informações operacionais da ABTI. Cargas ficaram retidas, a frota ficou indisponível e as entregas foram reprogramadas.

O evento fez com que caminhões com carne do Sul do Brasil para o Chile rodassem mais de 5 mil quilômetros extras e que motoristas enfrentassem condições extremas em passos de grande altitude. Para Gladys, a falta de planejamento é

o centro do problema. “Temos que começar a aprender com os erros do passado para que, no futuro, a gente consiga fazer melhor”. O fechamento não tem como ser evitado, mas pode ser enfrentado com protocolos binacionais de contingência, alertas antecipados e alternativas operacionais previamente avaliadas.

A Declaração Única de Importação (DUIMP) é o documento do Novo Processo de Importação (NPI), conduzido no Portal Único Siscomex, e substitui a antiga Declaração de Importação (DI). Segundo o Siscomex, a ativação do sistema está sendo feita de forma escalonada, num cronograma de ligamento voltado às operações que dependem de órgãos anuentes ou têm características específicas. A última fase, atualizada em outubro de 2026, contempla operações que antes constavam como “impossibilidades”. As demais já estão disponíveis, com ou sem controle administrativo, por meio de monitoramento, LPCO ou DUIMP.

NEGÓCIOS CORPORATIVOS

Frete e prazo são decisivos para a Black Friday

Pesquisa feita com os principais players e executivos do setor ressalta a importância de investir em soluções que lidem com a fragmentação do setor, já que desconexão gera 15% do faturamento bruto em devoluções

Na reta final para a Black Friday, a nstech, uma das maiores empresas de software para supply chain da América Latina, lança o relatório de tendências “90 dias para a Black Friday & 90 insights de logística e varejo”. O material reúne 90 diagnósticos diretos sobre frete, dados, Inteligência Artificial e comportamento do consumidor, construídos a partir do Fórum E-Commerce Brasil 2026, realizado entre 28 e 30 de julho, em São Paulo.

O maior evento de e-commerce do mundo reforçou que a logística deixou de ser tratada como etapa final e invisível, e passou a ser parte da decisão de compra. Um dos dados centrais do material aponta que um embarcador médio hoje lida com até 54 soluções diferentes de supply chain para colocar um pedido na porta do cliente, fragmentação que a rede logística da nstech (TNS) busca resolver por meio de um ecossistema único e conectado, com 75 mil clientes ativos e R\$ 360 bilhões em frete transacionado por ano em seus sistemas de gestão de transporte. “Uma



FREEPIK/DIVULGAÇÃO/JC

Frete sem inteligência de dados impacta 70% das desistências de carrinho, revela pesquisa da nstech

operação omnichannel bem executada aumenta o valor do cliente ao longo do tempo sem canibalizar a loja física.

O receio histórico do setor não se confirma quando a integração é de fato ponta a ponta”, avalia Helena Costa, Diretora de Varejo da nstech. Entre os dados mais citados no material está o peso do frete na decisão de compra, que hoje é o principal motivo de abandono de carrinho em e-commerces, segundo dado apresentado em painel no Fórum E-Commerce Brasil.

A leitura dos especialistas vai além do dado isolado e aponta que frete grátis já não é mais diferencial, e sim pré-requisito, com o prazo cumprido

assumindo o papel de principal fator de conversão no checkout. O relatório também destaca que sistemas desconectados geram 15% do faturamento bruto em devoluções, e que frete sem inteligência de dados causa mais de 70% das desistências de carrinho, reforçando a leitura de que investir em integração de sistemas deixou de ser opcional para operações de alta complexidade.

“São dois números que resumem o custo real da fragmentação de sistemas. Não é abstração de slide, é faturamento perdido todo mês”, afirma Vasco Oliveira, CEO da nstech. Para transformar o volume de dados e cases apresentados no Fórum

em leitura aplicável ao dia a dia do varejo, a nstech reuniu especialistas da própria casa, da Frete Rápido e da BRK no “Experience Day | Next Generation Retail & Black Friday 2026”, em São Paulo, um encontro exclusivo para lideranças do varejo e e-commerce.

A curadoria e a análise dos insights contaram com a participação direta de executivos de clientes como Amazon e Grupo VESTE, e da agência parceira Ana Couto, que discutiram lado a lado o que esses dados significam na prática para o varejo e para quem vai operar a Black Friday deste ano.

O material aponta para uma direção clara: a logística deixou

de ser etapa operacional e se tornou a principal variável de investimento para quem quer vender e escalar sem perder margem e visibilidade. O relatório detalha essa mudança que, somada à Inteligência Artificial aplicada ao comportamento do consumidor, concentra boa parte das decisões que vão pesar nos próximos 90 dias.

Um dos pontos de maior destaque no cenário atual do varejo digital é a ascensão do consumidor agêntico, além de compras cada vez mais decididas por assistentes de Inteligência Artificial em nome do consumidor. Dados apresentados no Fórum mostram que esse consumidor decide em milissegundos, com base em preço, frete e prazo, uma janela de decisão em que sistemas lentos ou desconectados simplesmente deixam de ser considerados na compra.

“O consumidor agêntico decide em 30 a 150 milissegundos, contra 3 a 5 segundos do consumidor humano. Quem não aparece rápido o suficiente para o algoritmo simplesmente não é considerado na compra”, destaca Helena. O material reforça que a resposta a esse novo padrão de consumo não está apenas na velocidade da tecnologia, mas na capacidade de manter decisão humana qualificada mesmo em operações cada vez mais automatizadas, um princípio de governança que aparece em diferentes insights, da segurança da operação à priorização de investimento em IA.

SUSTENTABILIDADE

Coalizão Brasil pela Descarbonização avança na agenda do setor transportador e prepara nova etapa

A descarbonização do transporte brasileiro depende de soluções tecnológicas, investimentos em infraestrutura e articulação entre empresas, entidades e poder público. Para contribuir com esse processo, a Coalizão para a Descarbonização dos Transportes reuniu organizações do setor e desenvolveu um diagnóstico com

90 alavancas para a redução das emissões de gases de efeito estufa, além de estimar os impactos potenciais das medidas até 2050. A iniciativa avança agora para uma nova etapa, com foco na implementação das recomendações e na construção de soluções integradas para diferentes setores da economia. O lançamento dessa

fase está previsto para novembro, durante a COP31.

Coordenada pelo Sistema Transporte, pelo CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável), pela Motiva e pelo Insper, a Coalizão mobilizou mais de 120 organizações e identificou 90 alavancas para a descarbonização. O estudo Coalizão dos Transportes: como tornar o setor de transportes um contribuidor ativo para a redução das emissões brasileiras, publicado em 2025, destaca três frentes prioritárias: mudança na matriz de transportes, expan-

são dos biocombustíveis e eletrificação, associada a tecnologias Power-to-X.

Segundo o relatório, a implementação das medidas pode reduzir em cerca de 70% as emissões de CO₂ equivalente do setor até 2050, em comparação com um cenário de inação. Entre as soluções, estão: maior participação dos modos ferroviário e aquaviário no transporte de cargas; uso de combustíveis de menor emissão; eletrificação de veículos; e desenvolvimento de alternativas energéticas para atividades de maior complexidade.

O estudo também aponta oportunidades na renovação de frotas, na melhoria da infraestrutura, na expansão do transporte coletivo e na otimização das operações. A adoção dessas medidas deve considerar a viabilidade técnica e econômica e as particularidades de cada atividade e região.

Para Vinicius Ladeira, diretor adjunto nacional do SEST SENAT e líder do projeto Transporte e a COP31, o trabalho desenvolvido pela Coalizão representa uma contribuição para transformar o diagnóstico setorial em ações concretas.

TECNOLOGIA

Rodovias ganham política nacional de conectividade

Meta é levar cobertura de telefonia e internet móveis para as estradas do País

O governo federal anunciou, na quinta-feira passada, a política nacional de conectividade para rodovias. O plano consiste em um conjunto de iniciativas para levar a cobertura de telefonia e internet móveis para uma extensão total de 72,3 mil quilômetros de estradas federais e estaduais até 2030.

Nas estradas federais, a meta é levar o sinal para mais 29,9 mil quilômetros, ampliando a cobertura dos atuais 27,2 mil para 57,1 mil quilômetros - o correspondente a cerca de 77% de toda a malha federal no País. O cronograma prevê que já em 2027 sejam conectados 16 mil quilômetros de vias.

No final desse processo, haverá cobertura integral de seis rodovias federais consideradas prioritárias: BRs 101, 16, 135, 163, 242 e 364. A BR 101, por exemplo, é uma das rodovias mais importantes do País, ligando o Nordeste ao Sul, com 4,8 mil quilômetros de extensão. Já nas rodovias estaduais, o plano prevê a cobertura em mais 42,4

mil quilômetros.

Para atingir essas metas, a política nacional considera uma série de medidas, sendo que a principal delas é a obrigação imposta para as operadoras abrirem o sinal de internet entre si, via compartilhamento das redes. Dessa forma, o usuário de uma operadora poderá se conectar ao sinal de outra empresa.

Essa obrigação definida para as empresas será o grande motor da política nacional de conectividade, sendo responsável por levar internet para 13 mil quilômetros de rodovias federais e 42,4 mil quilômetros (100%) das estaduais.

Apesar da obrigação imposta, as operadoras não serão compensadas, pois a expectativa do governo é que os custos de cada uma com a cessão da rede sejam compensados pelo ganho com o uso da infraestrutura das demais.

Além disso, a política se apoia em outras medidas que já haviam sido pactuadas e estavam em andamento. Entre elas está o leilão da faixa de 700 Mhz realizado no primeiro semestre, que determinou às operadoras a contrapartida de levar o sinal para 6,4 mil quilômetros de ro-



MAGNIFIC/DIVULGAÇÃO/JC

Cronograma prevê que, ainda em 2027, sejam conectados 16 mil quilômetros de vias pelo Brasil

dovias e áreas rurais.

Outra parte da cobertura, de 4,3 mil quilômetros, será providenciada pela Claro. Essa cobertura foi colocada como contrapartida pelo contrato assinado com a União, meses atrás, para adaptar os contratos de concessão de telefonia da companhia.

A política nacional prevê ainda que 1,3 mil quilômetros virão das próximas concessões de rodovias, que já terão a conectividade como obrigação.

“Estamos reorganizando todos os instrumentos disponíveis, regulatórios, tecnológicos e financeiros, para garantir internet ao longo de praticamente toda a malha nacional”, afirmou o ministro das Comunicações, Frederico Siqueira Filho, durante entrevista em São Paulo, para lançamento da nova política pública.

Ele destacou que a telefonia e a internet nas rodovias vão facilitar medidas diversas, como

chamadas de emergência e uso de aplicativos, com benefícios para motoristas, passageiros e comunidades ao redor das estradas. São esperados também ganhos de produtividade para o agronegócio, a logística e os transportes, apontou.

A conectividade também deve apoiar serviços de cobrança automática de pedágios (o chamado free flow) e outros serviços, como pesagem de veículo de carga sem paradas.

LOGÍSTICA REVERSA

Correios disponibilizam coleta para descarte de eletroeletrônicos

Todas as 6.868 agências dos Correios no Brasil que têm o serviço Balcão Cidadão disponibilizaram, a partir de 14 de outubro, Dia Internacional do Lixo Eletrônico, o serviço de coleta de eletroeletrônicos pós-consumo. O serviço é gratuito e recebe equipamentos de até 30 quilos.

Os pontos de coleta dos Correios agora integram o Sistema de Logística Reversa Circular, por meio de parceria com a empresa Circular Brain, que já realizava a coleta gratuita de grandes eletrodomésticos.

“Milhões de brasileiros já utilizam as agências dos Correios em seu dia a dia. Agora, essa capilaridade também contribui para que a população tenha mais facilidade para dar a destinação correta a equipamentos eletrônicos sem uso”, destaca o presidente dos Correios, Emmanoel Rondon.

Serão recebidos itens como

celulares, notebooks, tablets, fones de ouvido, cabos e outros eletroeletrônicos de pequeno porte, que devem ser acondicionados em uma caixa aberta de até 1 metro cúbico. Pilhas, baterias e lâmpadas não poderão ser descartadas no local.

Na agência dos Correios, o cliente faz a entrega do volume para checagem do conteúdo pelo atendente e informa nome, CPF, endereço, e-mail e telefone, para a emissão de um comprovante de envio. O fechamento da embalagem é feito no local.

Cada equipamento é destinado ao parceiro do sistema de logística reversa que seja homologado junto à rede e todo o processo é rastreado até a destinação final de cada equipamento.

Segundo Marcus Oliveira, diretor executivo da Circular Brain, muitas pessoas guardam esses pequenos eletrônicos em casa por não saberem como dar a des-

tinuação adequada e também por não haver ponto de entrega voluntária em suas cidades. “Agora, é só juntar os aparelhos numa caixa e passar no Correio mais próximo quando for resolver outra questão” acrescenta.

De acordo com o último Monitor Global de Resíduos Eletrônicos, elaborado pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 2024, o Brasil é o terceiro maior gerador de resíduos eletrônicos na América do Sul e gera 2,4 milhões de toneladas ao ano.

Desse volume, apenas 3% são coletados, apesar da Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei 12.305/2010) e o decreto 10.240/2020 obrigarem fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes a estruturar a logística reversa de eletroeletrônicos de uso doméstico, com metas de coleta e pontos de entrega distribuídos pelos municípios.

NEGÓCIOS CORPORATIVOS

Magazine Luiza entra na Shopee para acelerar vendas do estoque próprio

O grupo Magalu fechou uma parceria com a Shopee para vender produtos de estoque próprio, o chamado e-commerce 1P, no marketplace da companhia. A operação começa nesta quinta-feira e inclui itens do Magazine Luiza e do KaBuM!, como eletrodomésticos, eletroeletrônicos, móveis, games e produtos de informática.

As entregas serão feitas pelo Magalog, operador logístico do grupo. O acordo está alinhado ao novo ciclo estratégico do Magalu, que prevê acelerar as vendas do e-commerce 1P por meio de marketplaces parceiros e ampliar a audiência para além dos canais próprios, com cláusulas de reciprocidade, não exclusividade e garantia de rentabilidade positiva.

“Estamos agregando audiência em diferentes canais di-

gitais para alcançar ainda mais clientes e ampliar as nossas vendas de forma acelerada e rentável”, afirma Frederico Trajano, CEO do Magalu. “Queremos transformar essa audiência adicional da Shopee em crescimento sustentável para o Magalu e para as marcas do nosso ecossistema.”

A Shopee é acessada mensalmente por cerca de 90 milhões de brasileiros. Na plataforma, os produtos do Magalu ficarão disponíveis na seção de Lojas Oficiais. O grupo também poderá usar ferramentas de social commerce, como Shopee Lives e Shopee Vídeos, além da rede de mais de 10 milhões de criadores e afiliados no Brasil. Já o Magalog atende 100 clientes externos e registrou mais de R\$ 3 bilhões em receita em 2025.

OPINIÃO

Disputa no e-commerce agora é por horas

Otávio Diogenes

Consultor de Logística e Supply Chain

Grandes plataformas já trabalham com entregas no mesmo dia e, em alguns casos, em poucas horas.

Mas reduzir o prazo não depende apenas de transporte. Exige uma operação logística completamente diferente.

Durante muito tempo, receber uma compra pela internet em três ou quatro dias era considerado um bom prazo.

Depois veio a entrega no dia seguinte.

Agora, a disputa começa a ser medida em horas.

O Mercado Livre já oferece, em determinadas regiões, o Envios Turbo, com entregas em menos de três horas. A Amazon também passou a trabalhar no Brasil com entregas em poucas horas para determinados produtos e localidades.

Mas existe um ponto importante: essa velocidade não começa quando o motorista sai para a rua.

Ela começa dentro da operação.

Para entregar um pedido em três ou quatro horas, o produto precisa estar próximo do consumidor, o estoque físico precisa coincidir com o sistema e o pedido deve ser liberado praticamente em tempo real.

Picking, conferência, embalagem, faturamento, expedição e transporte precisam funcionar de forma sincronizada.

Em uma operação D+2, perder 30 minutos talvez não faça diferença.

Quando a promessa é de três horas, faz.

Estoque próximo virou vantagem competitiva.

Não existe entrega ultrarrápida com todo o estoque concentrado a centenas de qui-

lômetros do cliente.

Por isso, grandes empresas vêm ampliando centros de distribuição, hubs e estruturas de fulfillment próximas às regiões de maior demanda.

Mas aproximar o estoque também aumenta a complexidade.

É preciso definir quais SKUs ficam em cada região, em qual quantidade e com que frequência serão reabastecidos.

A pergunta deixa de ser apenas: Quanto estoque temos?

E passa a ser: Temos o produto certo próximo de onde o pedido vai acontecer?

O relógio começa no clique. Quanto menor o SLA, menor a margem para erros.

Um endereço incorreto, uma divergência de estoque, um produto mal posicionado, uma etiqueta que não imprime ou um pedido esperando libe-

ração podem consumir minutos preciosos. E minutos começam a valer muito.

Por isso, entregar mais rápido não significa simplesmente colocar mais veículos na rua.

Significa reduzir esperas durante todo o fluxo.

O consumidor vê apenas uma mensagem na tela dizendo: “chega hoje”.

Por trás dela existem previsão de demanda, posicionamento de estoque, layout, produtividade, sistemas, capacidade e transporte trabalhando juntos.

A tendência é que os prazos continuem diminuindo.

Mas talvez a principal pergunta para a logística não seja se chegaremos a entregas em três, duas ou uma hora.

A pergunta é: a operação está preparada para trabalhar na velocidade que está prometendo ao cliente?

OTÁVIO DIOGENES/ARQUIVO PESSOAL/JC



Grandes plataformas já trabalham com entregas no mesmo dia e, em alguns casos, em poucas horas

Sindiatacadistas RS

Sindicato do Sistema Comércio



SINDIATACADISTAS.COM.BR



@SINDIATACADISTASRS



SINDIATACADISTAS



/COMPANY/SINDIATACADISTAS

SIGA NOSSAS MÍDIAS SOCIAIS E FIQUE LIGADO NAS NOVIDADES:

SINDIATACADISTAS DÁ A LARGADA PARA SEGUNDA EDIÇÃO DO FÓRUM ATACADISTA RS

Evento amplia proposta de conexão, conhecimento e desenvolvimento do setor atacadista gaúcho e espera receber mais de 500 participantes

Depois de reunir mais de 400 participantes em sua primeira edição, em 2025, o Fórum Atacadista RS retorna em 20 de maio de 2027 com uma proposta mais ampla. Com o tema “Atacado em Movimento”, a segunda edição do evento bianual promovido pelo Sindiatacadistas RS irá debater os caminhos do setor, estimular conexões e preparar as empresas para as transformações do ambiente de negócios. “O atacado está em movimento porque o mercado está mudando. Nosso objetivo é criar um ambiente em que empresários e lideranças possam compreender essas transformações, compartilhar experiências e construir novas perspectivas para o setor”, destaca Luiz Henrique Hartmann, presidente do Sindicato do Comércio Atacadista do Rio Grande do Sul.

Com quase 90 anos de atuação, a entidade vem ampliando seu papel como um hub de conhecimento e fortalecimento, aproximando empresas, entidades, especialistas e demais agentes do segmento. Para 2027, a expectativa é superar a marca de 500 participantes no Fórum.

Programação

O Fórum se desenvolverá em quatro eixos estratégicos de desenvolvimento e conteúdo: cenário econômico e perspectivas, ambiente regulatório, mercado e consumo e gestão e liderança do amanhã.

Como palestrantes já estão confirmados Sandro Magaldi, especialista em gestão estratégica, inovação e transformação dos negócios; e os especialistas em direito tributário Rafael Pandolfo, e em direito trabalhista, Flávio Obino Filho. Haverá também um podcast ao vivo com mediação de Magaldi e participação de CEOs do segmento atacadista.

Hartmann afirma que a segunda edição reforça a estratégia de transformar o Fórum em uma agenda permanente do comércio atacadista gaúcho. A iniciativa também amplia as possibilidades de participação de empresas e parceiros interessados em associar suas marcas a um evento que reúne empresários e lideranças de um dos segmentos fundamentais para o funcionamento da cadeia de abastecimento no Estado.

**2º FÓRUM
ATACADISTA RS**

Serviço

II Fórum Atacadista RS – Atacado em Movimento

Realização: Sindiatacadistas RS

Data: 20 de maio de 2027

Expectativa de público: mais de 500 participantes

Local: Sede da Fecomércio - Porto Alegre (RS)