

Mulheres e jovens lideram transformação na logística

Setor se renova no modelo ultraexpresso

Redação

O mercado de logística no Brasil consolidou-se como um dos principais geradores de empregos. Segundo dados do Banco Nacional de Emprego (BNE), no primeiro quadrimestre deste ano o segmento abriu 173 mil postos de trabalho e a projeção do Mapa do Trabalho Industrial da Confederação Nacional da Indústria (CNI) é que o setor demande 8 milhões de profissionais até 2027. O estudo aponta ainda que Logística será a área com maior necessidade de treinamento e desenvolvimento.

Segundo o especialista em logística Marcelo Zeferino, CCO da Prestex, com o avanço da digitalização das cadeias de suprimentos, automação e uso crescente de tecnologias de análise de dados, a tendência é de contratações mais seletivas. “Principalmente no segmento ultraexpresso, que vem deixando de ser apenas operacional e se tornando mais tecnológico, analítico e com a gestão de operações orientada por dados”, destaca.

O dinamismo do setor coincide com as celebrações de junho, como a Copa do Mundo e as festas juninas. Neste mês também se comemora o dia do Profissional de Logística. Para o Chief Commercial Officer, “tudo passa pela logística, desde o abastecimento de itens como camisetas e bandeiras



Patrick, da Gen Z, e a liderança feminina no Ultraexpresso representada por Janaína, Claudia e Amanda.

do Brasil, bebidas e alimentos sazonais até o transporte de insumos industriais para evitar paradas em uma linha de produção. “Tudo o que é produzido ou consumido tem um profissional do setor atuando”, conclui.

Urgência

Na logística ultraexpressa, segmento especializado em altíssima urgência, a eficiência operacional depende diretamente da capacidade de resposta das equipes. A supervisora operacional Amanda Abreu Rios, de 39 anos, vivencia esse ritmo frenético do transporte. Há 14 anos na área, ela conheceu a logística ao entrar na Prestex, empresa especializada no ultraexpresso B2B. “É prazeroso ver as coisas acontecerem por conta do nosso trabalho”, enfatiza.

Com aeronaves regulares e até o fretamento de cargueiros como o Boeing 777, que é a maior aeronave bimotora do mundo, Amanda lembra de alguns itens curiosos enviados pelo ultraexpres-

so: “Já transportamos uma maquete de flipperama de papelão; sacos de farinha para fabricação de pães; amostra de tecidos para uma feira; e até 10 toneladas de peças para uma indústria automobilística. Enfim, é um atendimento totalmente personalizado”.

A supervisora viu de perto as mudanças, em um setor que já foi predominantemente masculino. Mãe da pequena Milena, de 3 anos, ela destaca a cultura de equidade atual: “O principal desafio da mulher costuma ser o reconhecimento, mas sempre deixei claro que meu lugar é onde eu quero estar e estou hoje. Quero que minha filha cresça vendo essa força”, orgulha-se.

À frente de 220 pontos de parcerias por todo o Brasil, a supervisora Janaína Mello, de 38 anos e há 16 no segmento, explica que o maior desafio não é só cobrar resultados dos parceiros, mas construir uma relação baseada em valores com-

partilhados. “Todo parceiro passa por uma diligência criteriosa conduzida pelo time de Compliance. Além da capacidade operacional, são avaliados critérios como segurança, qualidade e alinhamento aos valores da empresa, garantindo que a parceria seja construída com responsabilidade, confiança e o mesmo padrão de atuação exigido pela companhia”.

Outro exemplo de liderança feminina com olhar estratégico é a sempre simpática Claudia Sá, 42 anos, gerente de Marketing em Logística Ultraexpressa. Mãe de duas meninas, Claudia construiu sua carreira em diferentes segmentos e viveu no exterior por mais de uma década. Ao retornar ao Brasil, escolheu mergulhar na logística. Há quatro anos na área, atua na construção de estratégias de marketing B2B, inteligência de mercado, experiência do cliente, posicionamento de marca e crescimento de negócios.

A logística é um elo fundamental para a continuidade operacional das indústrias, garantindo que insumos, peças e produtos cheguem ao lugar certo”, comenta. Na logística ultraexpressa da Prestex, por exemplo, as mulheres já ocupam 53,8% dos cargos de liderança, além do que são a maioria (51%) no quadro geral de colaboradores, reflexo de uma cultura baseada em flexibilidade e acolhimento à maternidade.

O maior erro do marketing atual é confundir alcance com relevância

Guilherme Camargo (*)

Vivemos na era da grandeza digital. Nunca foi tão fácil rastrear e impactar. Teoricamente, a transformação digital tornaria o marketing mais eficiente. Na prática, abriu as portas para uma grande ilusão: a romantização dos números.

Se você abrir o painel de uma campanha hoje, será inundado por milhões de impressões e gráficos ascendentes. É reconfortante para o ego. Mas ao cruzar esses dados com o balanço financeiro ou com a realidade de uma Venture Builder, a conta não fecha.

Alcance não paga conta; quem paga é a relevância. O erro das marcas é achar que ser visto por todos é o mesmo que ser importante para alguém. Confundir entrega técnica com conexão real é o sintoma de um marketing puramente mecânico.

A armadilha das métricas de vaidade: o “efeito flipperama”

A obsessão pelo volume gerou o império das métricas de vaidade. Gráficos de alcance justificam orçamentos inflados, mas não medem o impacto na percepção de marca. No Game Business, conhecemos bem esse “design de fachada”.

É encher a tela de estímulos para dar sensação de progresso sem reter o jogador. No marketing, o equivalente é distribuir conteúdo em massa sem contexto. É como panfletar no digital: gasta energia, satura a audiência e torce por um milagre estatístico.

O impacto de uma estratégia não é medido por quantas telas seu logotipo cruzou por frações de segundo. É medido pelo tempo de atenção retido e pela capacidade de mudar um comportamento de compra. Na economia da distração, o silêncio focado vale muito mais do que o barulho disperso.

Para romper esse ciclo, as marcas precisam da psicologia do consumo e da gamificação corporativa. Gamificação não é criar dinâmicas infantis,

mas entender os gatilhos que transformam uma exposição casual em hábito de consumo.

Um jogo não sobrevive porque apareceu para milhões, mas porque os usuários decidiram permanecer. É preferível ser a escolha absoluta de um grupo seleto de tomadores de decisão do que uma lembrança vaga. A relevância cria fricção positiva, faz o cliente parar e se identificar com o produto.

Performance, Branding e o valor real para o negócio

Esse abismo se aprofunda quando o mercado separa performance e branding em caixas isoladas. Sob a ótica de construção de empresas e captação de investimentos, isso é um erro tático grave.

O branding sem dados vira poesia cara; a performance sem identidade vira um leilão cego que corrói as margens de lucro. O valor nasce da engenharia entre essas duas forças, mudando as métricas:

Do CPC para o LTV: Campanhas de alcance olham o custo da entrada. As de relevância monitoram o valor que o cliente deixa ao longo do tempo.

Do ROAS para o Equity de Marca: Constrói um ativo que diminui o CAC no longo prazo. Se você precisa pagar cada vez mais caro para manter o mesmo volume de vendas, sua marca é dependente.

A transformação digital não é sobre o volume de dados coletados, mas sobre a inteligência aplicada a eles. Celebrar relatórios vazios é negligenciar a saúde financeira da empresa.

Os executivos que lideram o mercado auditam seus dashboards, deletam a vaidade e exigem profundidade. O marketing do futuro não é um megafone para gritar mais alto. É um filtro de alta precisão para falar o que importa, para quem realmente importa.

(*) Guilherme Camargo, CEO da SX Group.

Subsídio ao diesel de R\$ 550 Mi

O governo federal abriu crédito extraordinário de R\$ 550 milhões para subsidiar a importação de óleo diesel de uso rodoviário. A medida provisória foi publicada nesta segunda-feira, 29. O crédito extraordinário é um instrumento previsto na Constituição para atender despesas urgentes e imprevisíveis. Nesse caso, o valor será aplicado em âmbito nacional para subsidiar a importação de diesel, com o objetivo de viabilizar o abastecimento e mitigar impactos no mercado.

Segundo a medida provisória, a integralidade dos recursos — classificados como despesas primárias do orçamento fiscal — será direcionada para essa finalidade (ABR).

Copa Feminina tem isenção de ISS

O governo federal publicou nesta segunda-feira, 29, lei complementar que isenta do Imposto sobre Serviços (ISS) atividades relacionadas à organização da Copa do Mundo Feminina de Futebol. O torneio ocorrerá no Brasil em 2027.

A norma cria uma base legal para que municípios e o Distrito Federal possam adotar a desoneração, mas não determina a concessão automática do benefício. A isenção dependerá de legislação própria de cada ente federativo. De acordo com o texto, somente poderão ser beneficiadas as pessoas jurídicas que já tenham direito à isenção de tributos federais prevista em legislação específica sobre a organização e a realização do evento (ABR).

NEGÓCIOS em PAUTA
nelson.tucci@netjen.com.br

Mercado de Carbono

A B3, a bolsa do Brasil; a International Emissions Trading Association (IETA); a Climate Action Solutions & Engagement (C.A.S.E.) e a Vale realizarão neste dia 1º de julho, na Arena B3, em São Paulo, o “**Encontro SBCE**”, fórum que reunirá representantes do governo federal, empresas, instituições financeiras e especialistas para discutir a arquitetura do Sistema Brasileiro de Comércio de Emissões (SBCE) e as perspectivas do setor privado para a implementação do mercado regulado de carbono no país. São presenças confirmadas João Paulo Capobianco, ministro do Meio Ambiente e Mudança do Clima do Brasil; Luiz Masagão, vice-presidente de Produtos e Clientes da B3; e Camilla Lott, diretora de Sustentabilidade Corporativa da Vale.

Expo Empreendedor

Dias 24 e 25 próximos acontecerá a **Expo Empreendedor 2026**, o maior ponto de encontro de negócios, franquias e inovação do mercado. O evento espera reunir milhares de empreendedores, palestrantes renomados e grandes marcas do setor em dois dias intensos de muito networking, tendências e geração de negócios. Local: Expo Center Norte (<https://expoempreendedor.com.br/>)

Governança Corporativa

O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa prepara o 27º **Congresso IBGC**, que será realizado nos dias 7 e 8 de outubro deste ano. Na oportunidade, profissionais de governança se reunirão no WTC Events Center, em São Paulo, para discutir o tema desta edição: “O ser humano na liderança da transformação”. É parte da programação a Jornada Técnica São Paulo: uma experiência com visitas ao Google e à B3, além de encontros voltados à inovação, inteligência artificial e mercado de capitais (<https://congresso.ibgc.org.br/>).

Dia das PMEs

Celebrado em 27 de junho, o **Dia Internacional das Micro, Pequenas e Médias Empresas** destaca a importância dos pequenos negócios para a geração de emprego, renda e desenvolvimento regional. Em São Paulo, o segmento conta com o apoio de programas da Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDE), que oferecem acesso ao crédito, qualificação profissional e incentivo à formalização. Somente nos cinco primeiros meses deste ano, o estado paulista registrou a abertura de mais de 170 mil novas empresas, segundo a Junta Comercial do Estado (JUCESP). Na ocasião foi lembrando que o Banco do Povo Paulista oferece linhas de microcrédito às PMEs que vão de R\$200 a R\$21 mil reais, tanto para empreendedores formais quanto informais.

MUNDO ESG
nelson.tucci@netjen.com.br

Mudanças climáticas

A Europa está derretendo de calor nesta época. Basta passar os olhos pela internet que se vê o sufoco, em vários países. Alterações climáticas também são visíveis na América do Norte, no imenso rastro de carbono que vai ser deixado pela Copa do Mundo, como nos lembra o Observatório do Clima. São **7,8 milhões de CO2 equivalente**, “ou um ano de emissões de um país como Serra Leoa”. Detalhe: a petrolífera Saudi Aramco é a patrocinadora máster desta Copa. Até aqui a COP31, que será realizada na Turquia, em novembro próximo, promete pouco, muito pouco, já que a reunião preparatória em Bonn, na Alemanha (país que já teve temperatura superior a 40.C, dias atrás, com fotos do asfalto derretendo) não avançou em termos práticos.

Conservação marinha

O Grupo Oceanic e a Fundação Projeto Tamar apresentam parceria inédita que levará para Santa Catarina a exposição **Novos Submarinos**, projeto de educação ambiental dedicado à fauna das profundezas do oceano. Com investimento de meio milhão de reais, o Grupo Oceanic viabilizará a expansão da iniciativa e a implantação da atração no **Oceanic Aquarium**, em Balneário Camboriú, com inauguração prevista para 2027. A cerimônia contará com a presença dos fundadores do Projeto

Tamar; do CEO do Grupo Oceanic; da prefeita de Balneário Camboriú, representantes do Instituto do Meio Ambiente de Santa Catarina (IMA) e da banda Dazaranha, parceira do Projeto Tamar.

Cabras na Mata Atlântica

Estão abertas as inscrições para o 20º Workshop sobre Produção de Caprinos na Região da Mata Atlântica. Evento será nos dias 3 e 4 de julho, no campo experimental José Henrique Bruschi, da Embrapa Gado de Leite, em Coronel Pacheco (MG). As inscrições são gratuitas e as vagas limitadas. Mais informações na página da Embrapa Caprinos e Ovinos: (<https://www.embrapa.br/web/caprinos-e-ovinos>)

Trabalho doméstico

A Lei Complementar 150 completa 11 anos neste mês de junho, consolidando-se como um marco na regulamentação do trabalho doméstico no Brasil. Para celebrar a data, o presidente do **Instituto Doméstica Legal**, Mario Avelino, lançou o e-book “Emprego Doméstico: 11 anos de Igualdades e Desigualdades para Patrões e Empregados”. Além de apresentar um panorama atualizado do emprego doméstico no país, a publicação tem como objetivo orientar empregadores e trabalhadores sobre seus direitos e deveres (https://www.amazon.com.br/dp/B0GZH5NM7?ref_=nav_custrec_signin)