

4º DIALOG: DIÁLOGOS AO VIVO SOBRE OS IMPACTOS DA PANDEMIA NA LOGÍSTICA INTERNACIONAL

**JONATHAN BARROS FELIPE VIEIRA¹; ALEXANDRE GRINGS²; PAULA SANDRI RHODEN³; VICTÓRIA NUNES RAMOS⁴; ALEJANDRO RUIZ-PADILLO⁵;
VANESSA TERESINHA ALVES⁶**

¹*Laboratório de Mobilidade e Logística, UFSM – jonathanbarros26@gmail.com*

²*Laboratório de Mobilidade e Logística, UFSM – xangrings@gmail.com*

³*Laboratório de Mobilidade e Logística, UFSM – paulasandrirhoden@gmail.com*

⁴*Laboratório de Mobilidade e Logística, UFSM – victorianunesramos@hotmail.com*

⁵*Laboratório de Mobilidade e Logística, UFSM – alejandro.ruiz-padillo@ufsm.br*

⁶*Laboratório de Mobilidade e Logística, UFSM – vanessa.alves@ufsm.br*

1. INTRODUÇÃO

A pandemia do COVID-19 abalou drasticamente a vida cotidiana das pessoas e o funcionamento das empresas em todo o mundo. Por causa dessa interferência houve uma diminuição do consumo de produtos e serviços que afetou a balança comercial favorável. De acordo com o Painel da Inteligência do Mercado da Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimento (APEX) a exportação brasileira de modo geral caiu 6,7%, e a importação também caiu cerca de 10,5% considerando o período de Janeiro a Agosto, quando comparado ao mesmo período do ano passado (MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS, 2020).

Contudo, essa balança influencia diretamente o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro caiu 9,7% no 2º trimestre de 2020, se comparado com o 1º trimestre (IBGE, 2020). Por causa disso, o setor de transporte pode ser afetado pela pandemia, pois segundo a Confederação Nacional do Transporte (CNT) a logística custa cerca de 12,6% do PIB, sendo que nesses gastos estão a soma dos custos do transporte, armazenamento, estoque e serviços administrativos. Em função destas informações é perceptível que o setor pode apresentar perdas na competitividade da logística e do transporte (CNT, 2016).

Essa perda de competitividade pode ser vista no caso de 52% transportadoras associadas a CNT, que encontraram dificuldades ao realizar suas entregas, isso em função das restrições de acesso a alguns municípios devido a novas regras de controle de entrada em estabelecimentos (CNT, 2020). Mas, a pandemia também causou um aumento das compras *online*, de acordo com a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo. Esse aumento foi de 20% se comparado com as vendas pelos canais online antes da pandemia, sendo que os produtos de beleza e cosméticos, alimentação, livros e roupas foram os mais comercializados (SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO, 2020).

Contudo, para continuar provendo as necessidades da população durante e após a pandemia o ministro da infraestrutura, Tarcísio Freitas, tem como objetivo tornar a logística brasileira mais competitiva nos próximos anos, para isso existe um investimento previsto de R\$250 bilhões de reais até 2022 (MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA, 2020). A importância e novidade de todos esses impactos motivaram a realização de encontros de divulgação e discussão sobre logística, que é o objetivo do projeto de extensão DiaLog.

2. METODOLOGIA

O projeto DiaLog foi idealizado inicialmente para ser realizado através de workshops, palestras e/ou rodadas de conversas presenciais, os quais seriam ministrados por empresários, representantes de entidades, docentes e/ou especialistas da área. Porém, para o ano de 2020, com a ocorrência da pandemia de Covid-19 e com as pessoas vivendo em isolamento social, o projeto foi reestruturado e construído sob um novo formato, através da criação de uma série de eventos ao vivo (*lives*) para apresentar informações sobre os impactos do Covid-19 nos aspectos da logística. O DiaLOG, nesse ano de 2020, faz parte de um conjunto de eventos chamado de Log&Mob, uma série de debates acerca da evolução da Logística e da Mobilidade Urbana no Brasil e no mundo diante da pandemia da Covid-19, realizado de forma virtual, através da plataforma Youtube na página do Laboratório de Mobilidade e Logística (LAMOT), que permite o acesso posterior do conhecimento gerado pelo encontro.

Para a realização do respectivo evento no formato *online*, foi necessário o aprimoramento e construção de meios e estudos de programas de mixagem de áudio e vídeo, criação de folders e logos para promoção do evento, treinamento da equipe, testes de qualidade de transmissão e elaboração de questionários online no *Google Forms*, para medir o nível de conhecimento dos espectadores, e no *Mentimeter*, para identificar o tipo público e sua opinião acerca da palavra logística, além de permitir aos ouvintes enviarem perguntas aos palestrantes. Reuniões semanais de planejamento também aconteceram de forma online e as conversas entre os envolvidos no projeto também ocorreram por meios eletrônicos, para o que foram usados aplicativos de mídia social, que têm como objetivo sempre buscar o maior engajamento possível, respeitando as normas de saúde para períodos de pandemia.

No formulário do *Google Forms* foram criadas perguntas em português e espanhol sobre o perfil do respondente como: país de residência; idade; tipo de público e sexo. Contudo, também foram elaboradas questões para que os respondentes opinassem sobre a influência da pandemia na logística internacional, aumento do preço das mercadorias e prioridades que poderiam ajudar a reduzir os custos logísticos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A primeira *live* da série ocorreu no dia 10/09/2020 e teve como palestrantes do 4º DiaLOG, Dr. Marcos Guimaraens Paiva, Dra. Victoria Laniella e Dra. Raisi Natalia Lenz da Universidade Tecnológica do Uruguai (UTEC) e Dra. Vanessa Alves da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); como moderador bilíngue Dr. Alejandro Ruiz-Padillo (UFSM); e contou com uma apresentação inicial de introdução pelo Bolsista da UFSM Jonathan Barros. A *live* durou aproximadamente 2 horas, com a participação de 225 pessoas assistindo ao vivo. Como esse material permanece acessível ao público na plataforma do LAMOT no YouTube, o mesmo já conta com quase 500 visualizações.

Durante a realização da *live* através da plataforma do programa *Mentimeter*, obtiveram-se participações para interação ao vivo com os palestrantes, dentre as quais 73% do público participante era composto por discentes, 17% por docentes, 7% por comunidade em geral e 3% composto por empresas da iniciativa privada do setor de transporte e logística. Além disso, também foi identificado que este público relaciona muito a palavra “logística” com “planejamento”, “organização”, “transporte”, “gestão” e “distribuição”.

Através da plataforma do *Google Forms*, os resultados obtidos destacam que 74,2% dos participantes foram cidadãos brasileiros e os outros 25,8% por uruguaios, sendo a maioria dos respondentes participantes do grupo de estudantes, docentes e pesquisadores. O presente instrumento buscou levantar informações a respeito da opinião dos participantes sobre fatores de impacto na logística, durante esse cenário de pandemia e entre as questões apresentadas, algumas possuem diferentes percepções. A primeira delas perguntou aos respondentes a sua percepção sobre o aumento do preço de compra das mercadorias durante a pandemia, e a segunda questionou sobre quais prioridades poderiam reduzir os custos logísticos.

Segundo os resultados do *Google Forms* os brasileiros consideram que o preços das mercadorias aumentaram em partes ou aumentaram muito durante a pandemia, cada um com 34,8%. Contudo, a metade dos respondentes uruguaios pensam que o preço das mercadorias aumentou em partes, apresentando assim duas percepções diferentes para o impacto da alteração de preço dos produtos durante a pandemia.

Já a segunda pergunta tratou de identificar quais as prioridades que seriam capazes de reduzir os custos logísticos no Brasil, no Uruguai e no mundo para superar a crise financeira causada pelo Covid-19. Para cerca de 30,4% dos brasileiros, a multimodalidade seria uma boa alternativa, assim como 26% também acreditam que uma priorização da redução da carga tributária seria uma boa solução. Já para os uruguaios a tecnologia seria uma boa alternativa, para cerca de 37,5% dos respondentes, seguido por 25% que acham que a redução da carga tributária seria uma possível solução para isso.

Porém, 41,94% e 48,39% dos respondentes indicarem que os efeitos da pandemia nas operações logísticas sejam muito e muito impactante, respectivamente. 51,61% responderam que a logística internacional foi afetada pela pandemia de forma positivamente, porque provocou a busca por novas tecnologias e inovações, novas formas de execução e um aceleramento de estratégias e processos, ou seja, precisou se reinventar em um curto espaço de tempo. Assim o setor logístico sai fortalecido, com novas perspectivas e preparado para que, se ocorrer algo parecido no futuro, a sociedade não sofra tão rápido os efeitos do desabastecimento. 48,39% apontam aspectos negativos como aumento de custo, tempo, desabastecimento e despreparo do setor.

Em geral, pode-se observar que os grupos de respondentes têm opiniões distintas acerca dos impactos da pandemia na logística, isso pode ser causado pelas diferenças econômicas e políticas dos países. Não só isso, mas também há uma disparidade no comércio exterior, sendo que o Brasil é um dos grandes comerciantes com o mercado internacional, logo, sofre mais inferências no seu mercado interno. A extensão territorial e a matriz modal dos países também podem influenciar o contexto, além das decisões tomadas pelo poder público para lidar com a transmissão do vírus.

4. CONCLUSÕES

Este trabalho permitiu que os autores compartilhassem seus pontos de vista sobre os efeitos da pandemia no setor de logística no Brasil e no Uruguai e que os ouvintes adquirissem mais conhecimentos acerca da logística em um cenário muito peculiar, em que uma pandemia pode influenciar positivamente e negativamente a logística internacional e as relações econômicas entre países, e as relações entre comércio e sociedade. Não só isso, mas também contribuiu para aperfeiçoar o uso da tecnologia para a propagação de eventos que possam

atingir públicos de várias localidades, permitindo assim uma difusão do conhecimento na área de transporte, além da aproximação da universidade com todos os interessados para criar oportunidade de desenvolvimento de futuras ações, no enfrentamento ao Covid-19. Mostrou-se ainda que a capacidade de se reinventar é um caminho promissor e de boas perspectivas para o futuro profissional de logística quando se trata de enfrentamento das dificuldades apontadas neste período, considerando que é preciso ter um novo perfil para se adaptar aos desafios da logística do século XXI.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS. Portal para acesso gratuito às estatísticas de comércio exterior do Brasil. Acessado em 21 de set. de 2020. Online. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/comex-vis>

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA PIB cai 9,7% no 2º trimestre de 2020. Agência IBGE Notícias. Acessado em 21 de set. de 2020. Online. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/28721-pib-cai-9-7-no-2-trimestre-de-2020>

SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO. 70% dos brasileiros pretendem continuar comprando online após a quarentena. Notícias. Acessado em 21 de set. de 2020. Online. Disponível em: <http://sbvc.com.br/brasileiros-online-apos-pandemia/>

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO TRANSPORTE. Custo Logístico consome 12,7% do PIB. Notícia. Acessado em 21 de set. de 2020. Online. Disponível em: <https://www.cnt.org.br/agencia-cnt/custo-logistico-consome-12-do-pib-do-brasil>

Confederação Nacional do Transporte - Pesquisa Impactos ao Transporte COVID-19. São Paulo, 2020.

MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA. Brasil planeja atrair R\$ 250 bilhões nos próximos anos. Notícias. Acessado em 21 de set. de 2020. Online. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/transito-e-transportes/2020/05/brasil-planeja-atrair-r-250-bilhoes-nos-proximos-anos>