

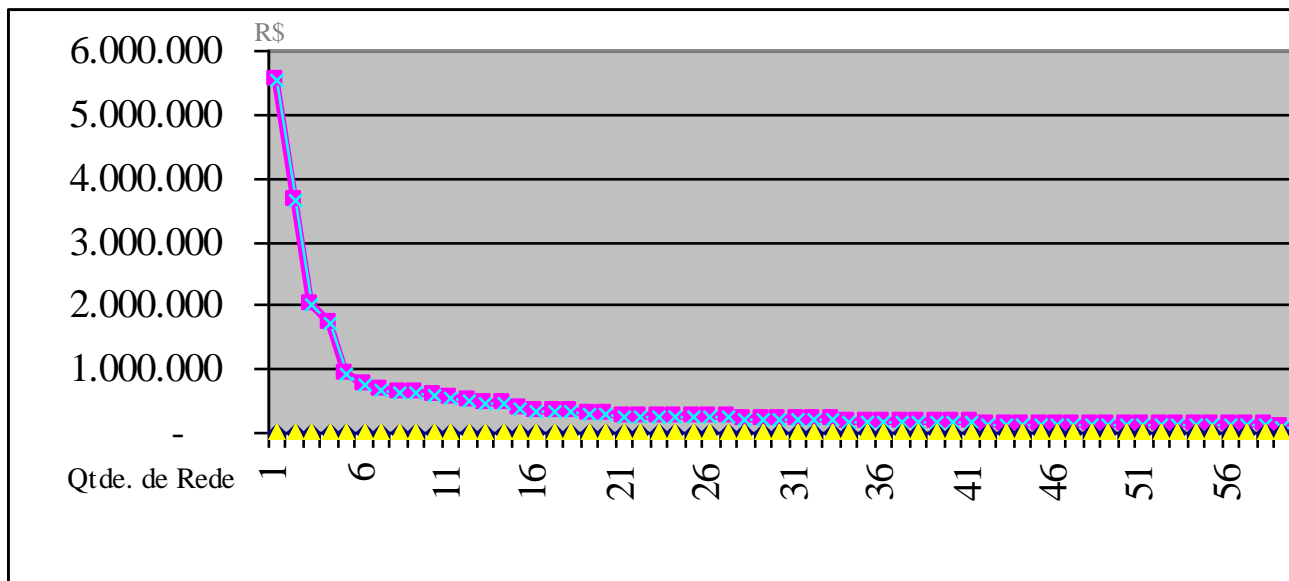


**“ TENDÊNCIAS DO VAREJO E A  
IMPORTÂNCIA DA LOGÍSTICA NAS  
DEFINIÇÕES ESTRATÉGICAS ”**

**Por J.G.Vantine**

**São Paulo, 05 de outubro de 1999**

## GRÁFICO DO RANKING ABRAS

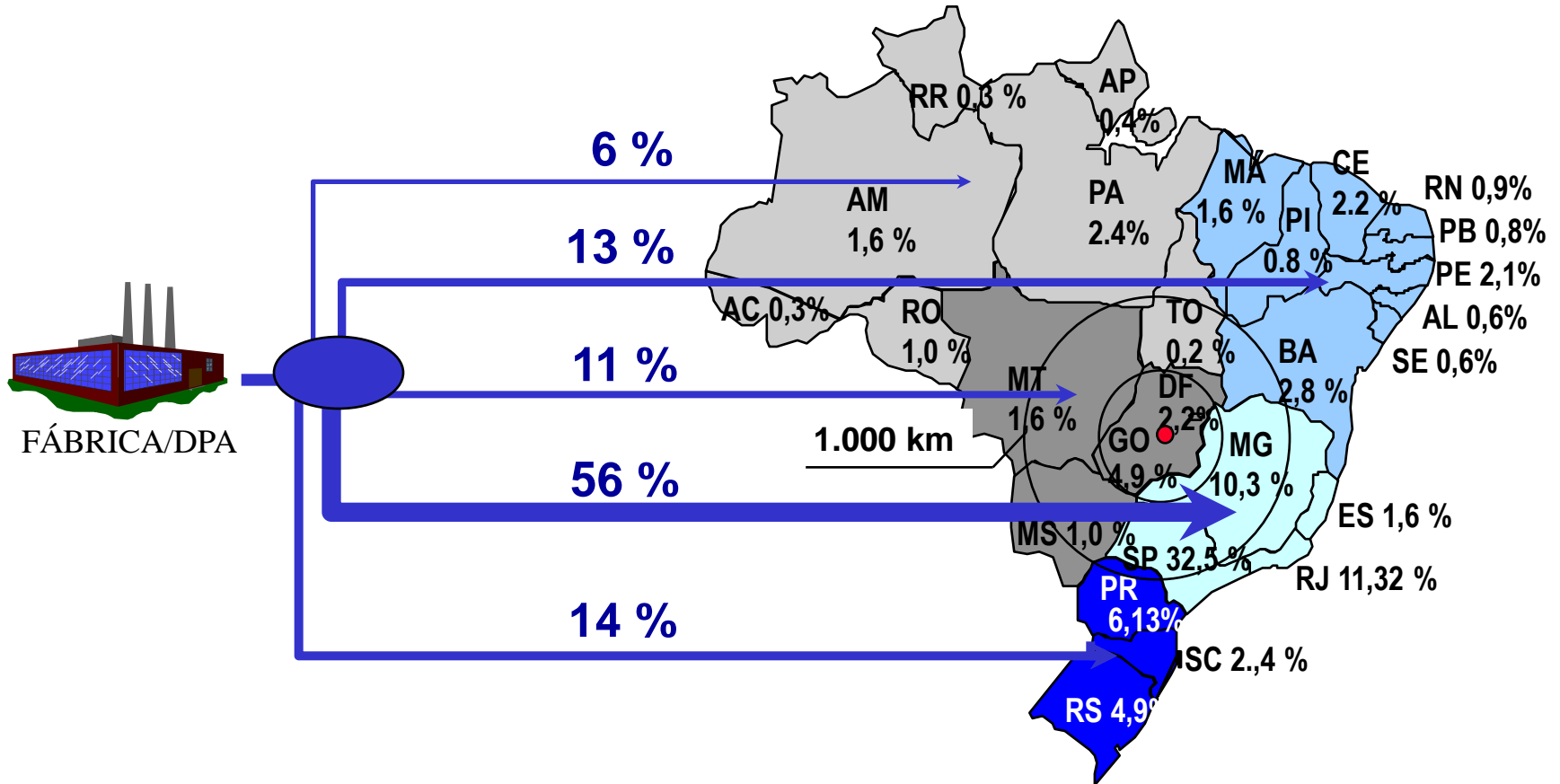


### SÃO PAULO

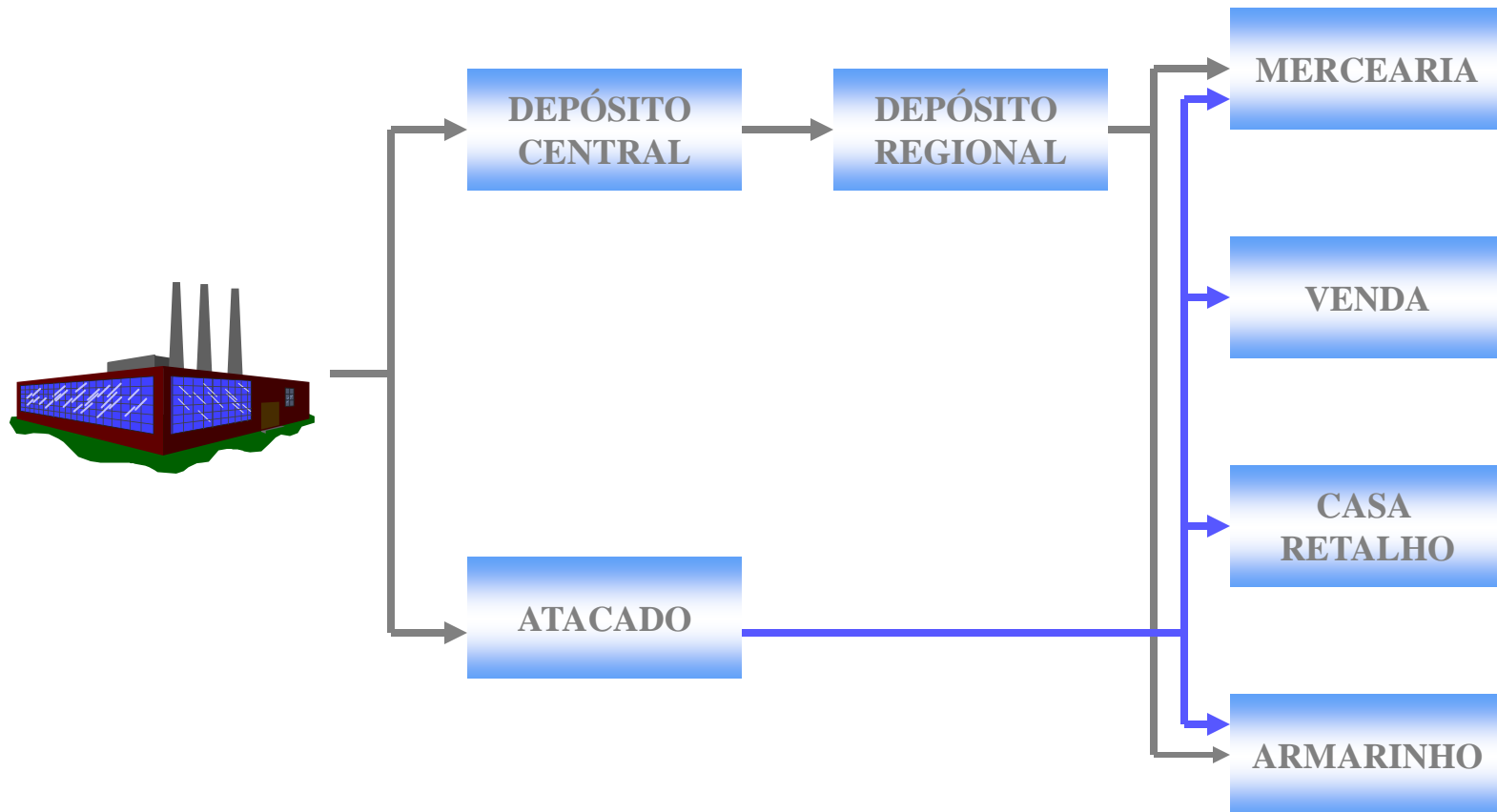
- N Empresas: 4681
- Nº Lojas: 5762
- Área Vendas: 3.4 Milhões M<sup>2</sup>
- Nº Check Outs: 31.000

- Menor 300 M<sup>2</sup>: 50%
- Superior 2.500 M<sup>2</sup>: 3%
- Mais 10 Checkouts: 11%
- Até 2 Checkouts: 42

# DISTRIBUIÇÃO CONSUMO TÍPICO - BRASIL

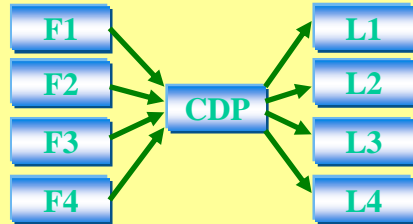


# DISTRIBUIÇÃO - VAREJO CONVENCIONAL

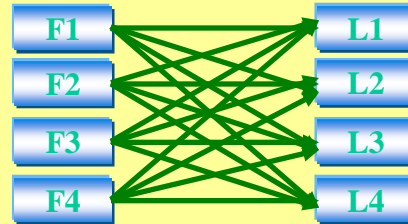


**SISTEMAS TRADICIONAIS**

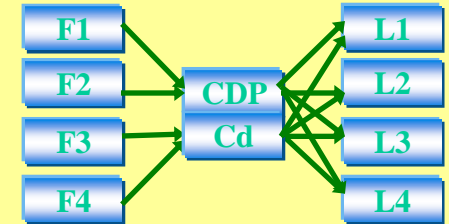
**EDD - Entrega Direta Depósito**



**EDL - Entrega Direta Loja**

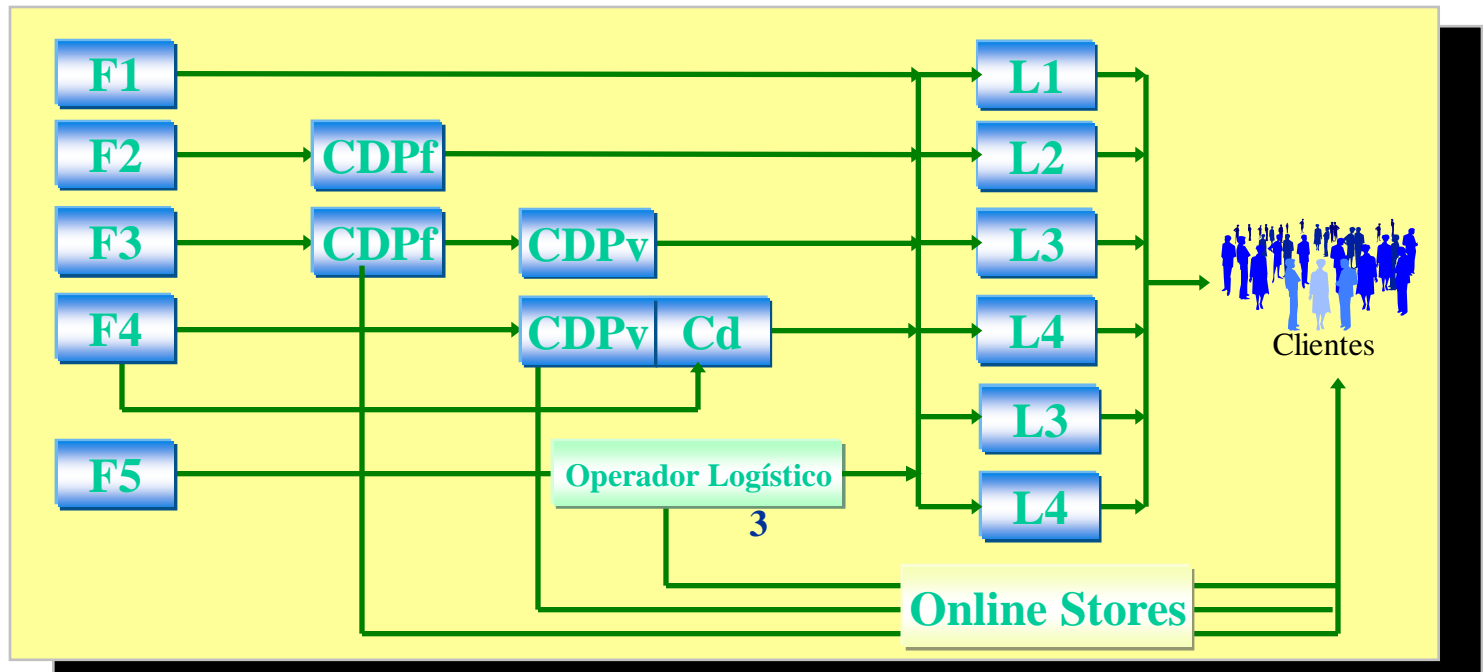


**ECD - Entrega *Cross Docking***



**SISTEMA ÓTIMO DE ABASTECIMENTO**

Varia para cada tipo de produto - vários sistemas em um só !



- **ANOS 70: “GERENCIAMENTO DE CUSTO”**

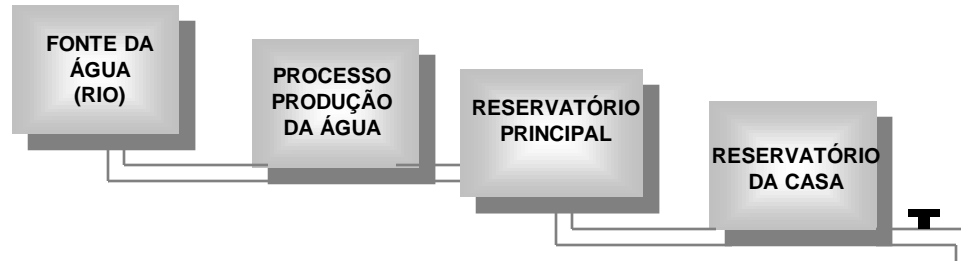
Os custos logísticos eram considerados básicos e inevitáveis como parte do negócio. A estratégia era focalizada no controle de custo e as medidas focalizadas no departamento, sem a exploração da sinergia.

- **ANOS 80: “INTEGRAÇÃO INTERNA”**

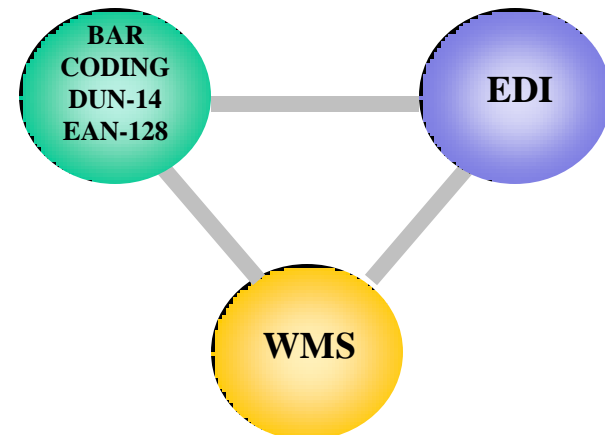
Desregulamentação do transporte, a rápida expansão econômica e o desenvolvimento de sistemas de informação ofereceram oportunidades de “trade-offs” nas funções logísticas. O foco foi a integração funcional.

- **ANOS 90: “PIPELINE LOGISTICS MANAGEMENT”**

Integração de esforços ultrapassam as fronteiras da empresa para otimização do sistema de distribuição. Formação de parceria e alianças para aumentar flexibilidade, reduzir custos e tempo no sistema de distribuição. É a nova chave do sucesso: “A SATISFAÇÃO DO CLIENTE”.



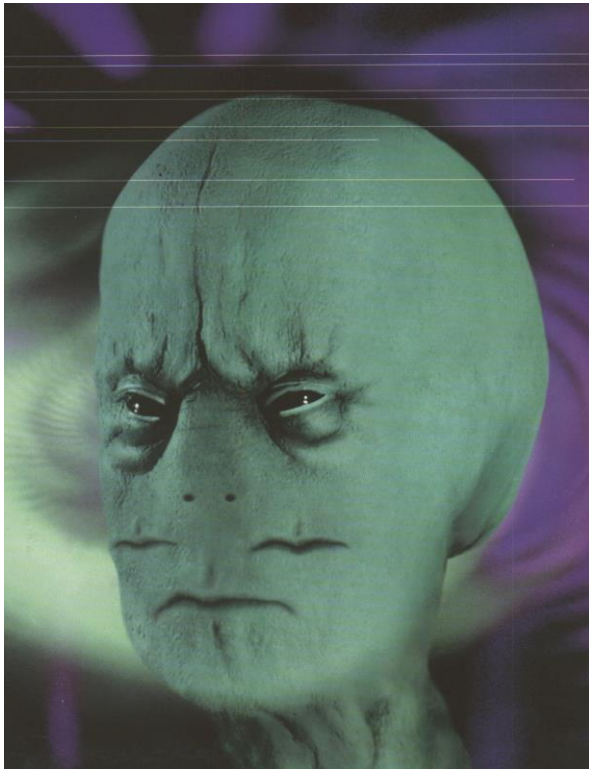
↙ PIPELINE LOGISTICS  
↙ FAST CYCLE TIME



**“NESTA ERA DE MUDANÇAS  
DRAMÁTICAS, OS QUE TEM SEDE  
DE APRENDER, HERDARÃO O  
FUTURO. OS QUE ACREDITAM  
QUE JÁ SABEM TUDO, VÃO  
DESCOBRIR QUE ESTÃO  
PREPARADOS PARA VIVER  
EM UM MUNDO QUE JÁ NÃO  
EXISTE MAIS !”**

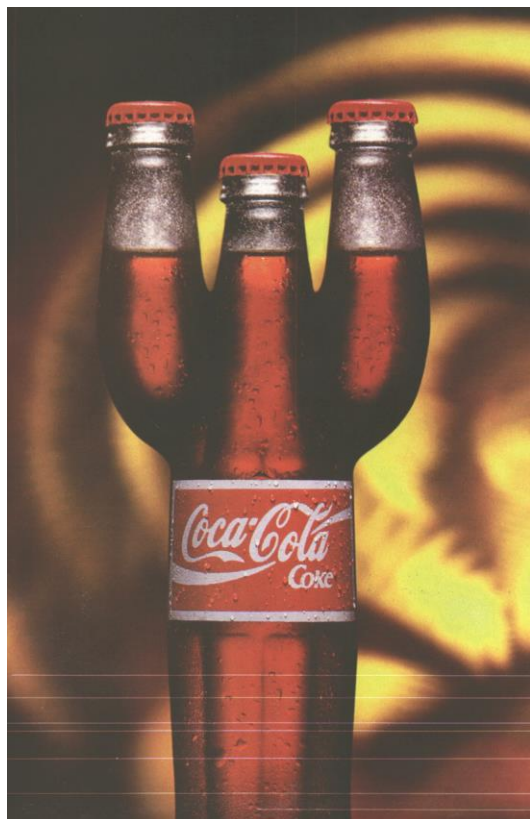


## PROBLEMA



**SE O  
CONSUMIDOR  
GLOBALIZADO  
É ASSIM...  
O QUE FAZER ?**

## SOLUÇÃO



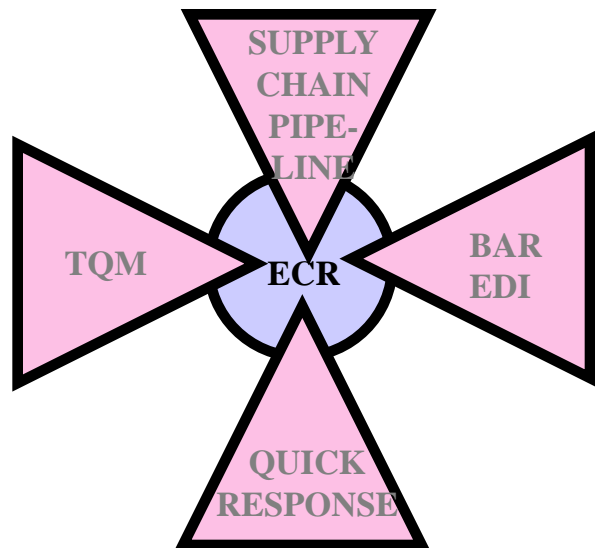
**CONHECER SEUS  
REQUERIMENTOS  
E ADEQUAR AS  
ESTRATÉGIAS  
DE SUA  
EMPRESA!**

1. REDUÇÃO DE ESPAÇO E MINIMIZAÇÃO DE ESTOQUES
2. INTEGRAÇÃO COM FORNECEDORES (Parcerias / Alianças)
3. AUSÊNCIA DE “STOCKOUTS” EM TODO SISTEMA
4. ELEVADO NÍVEL DE SERVIÇO AO CLIENTE
5. BAIXO INVENTÁRIO ATRAVÉS DOS CANAIS
6. CO-OPERAÇÃO COM OS CLIENTES
7. IMPLEMENTAÇÃO DE MEDIDAS DE PERFORMANCE
8. APLICAÇÃO DO EDI
9. UTILIZAÇÃO DA TERCEIRIZAÇÃO
10. ABSOLUTO ENVOLVIMENTO DAS PESSOAS NO PROCESSO

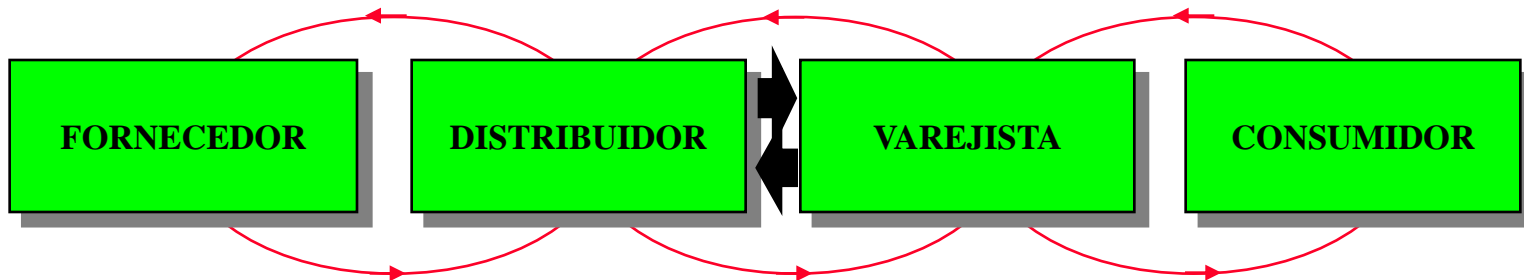


**COLOCAR A EMPRESA  
EM MELHOR  
CONDIÇÃO DE COMPETIÇÃO !**

# ECR: EFFICIENT CONSUMER RESPONSE



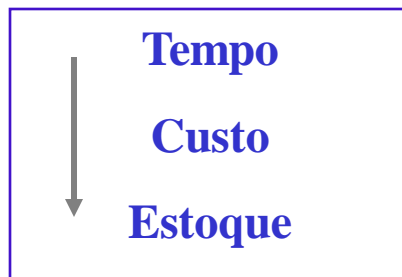
**ECR: ESTRATÉGIA DE PARCERIA ENTRE FORNECEDORES / DISTRIBUIDORES / VAREJISTAS, COM O OBJETIVO DE AGREGAR VALOR AO CONSUMIDOR FINAL**



**É UMA ESTRATÉGIA SISTÊMICA QUE INTEGRA TODOS OS PROCESSOS DA CADEIA DE ABASTECIMENTO DIRECIONADOS AOS FLUXOS DE PRODUTOS - INFORMAÇÕES - RECURSOS FINANCEIROS VISANDO PROPORCIONAR MAIOR VALOR AGREGADO AO FORNECEDOR.**

Business Reengineering

Redesigning the Supply Chain





## E-COMMERCE - HOME DELIVERY

- ◆ NOVA FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO
- ◆ LIMITE = CRIATIVIDADE DE CADA EMPRESA
- ◆ LOGÍSTICA = LIMITE DA COMPETÊNCIA
- ◆ “EXTENDED LOGISTICS - CONSUMER SATISFATION”
  - DESEMBALAMENTO
  - INSTALAÇÃO
  - INSTRUÇÃO
  - RETIRADA PRODUTO DESCARTADO

80's → **JUST IN**  
90's → **DELIVERY ON** **TIME**

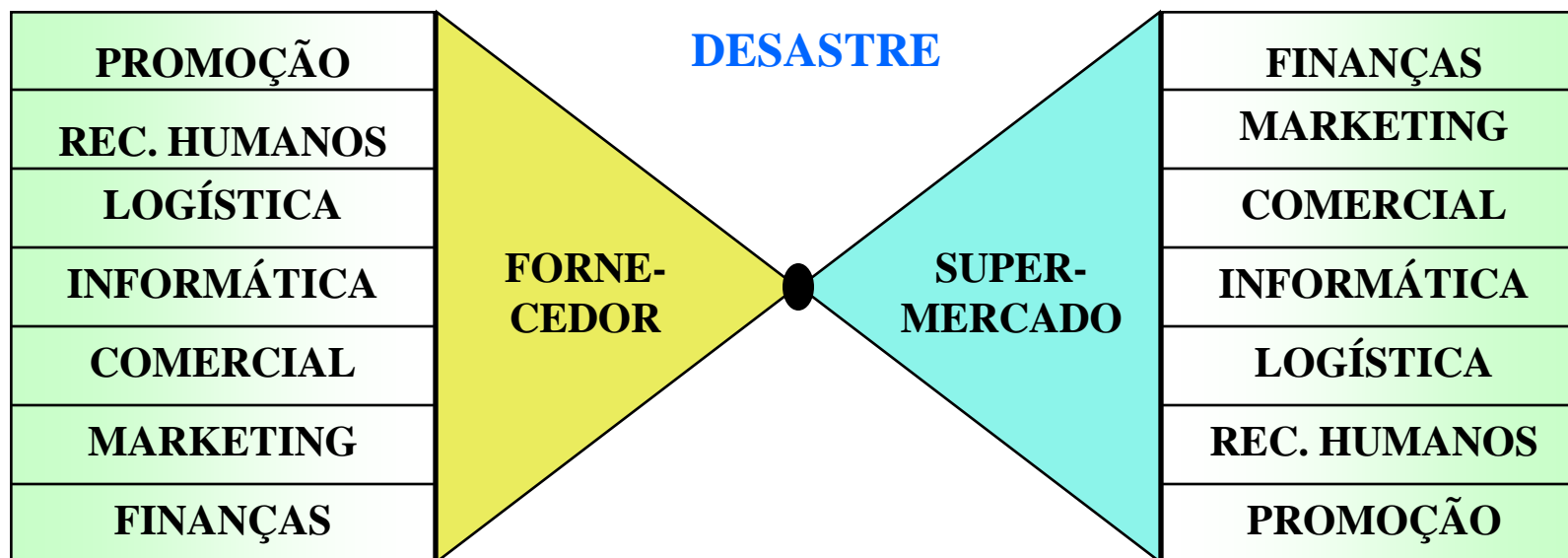
**ALTERNÂNCIA DO FOCO LE VALOR  
MERCADO**

- **ARMAZENAGEM: OPERAÇÃO** → **TÁTICA**
- **DISTRIBUIÇÃO** → **RESULTANTE DE INTEGRAÇÃO**

- ↳ **POLÍTICA COMERCIAL / MERCADOLÓGICA**
- ↳ **ESTRATÉGIA LOGÍSTICA**
- ↳ **PLANEJAMENTO FLEXÍVEL DA PRODUÇÃO**



## RELAÇÃO CLIENTE / FORNECEDOR: FOCO TRADICIONAL

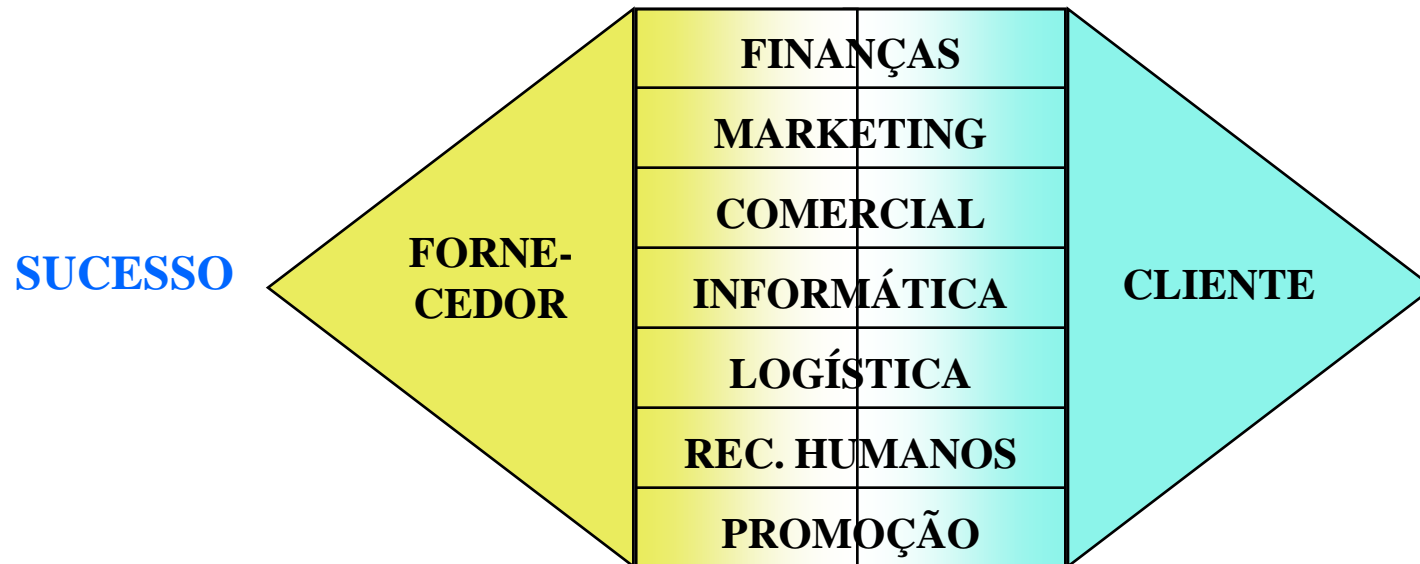


VENDEDOR → COMPRADOR

CONTAS A RECEBER → CONTAS A PAGAR

MOTORISTA DO CAMINHÃO → CONFERENTE

## RELAÇÃO CLIENTE / FORNECEDOR: FOCO ATUAL



**SINERGIA OPERACIONAL = SUCESSO**

**SUCESSO = LUCRATIVIDADE = CLIENTE SATISFEITO**

**“O PESSIMISTA QUEIXA-SE DO VENTO.**

**O OTIMISTA ESPERA QUE ELE MUDE.**

**O REALISTA AJUSTA AS VELAS.”**

**(William Ward - Teólogo Inglês)**

**1813-1882**



**VANTINE**  
CONSULTORIA

**Fone: (011) 853-5444 Fax: (011) 3064-9733**

**E-MAIL: [logistics@vantine.com.br](mailto:logistics@vantine.com.br)**

**[www.vantine.com.br](http://www.vantine.com.br)**