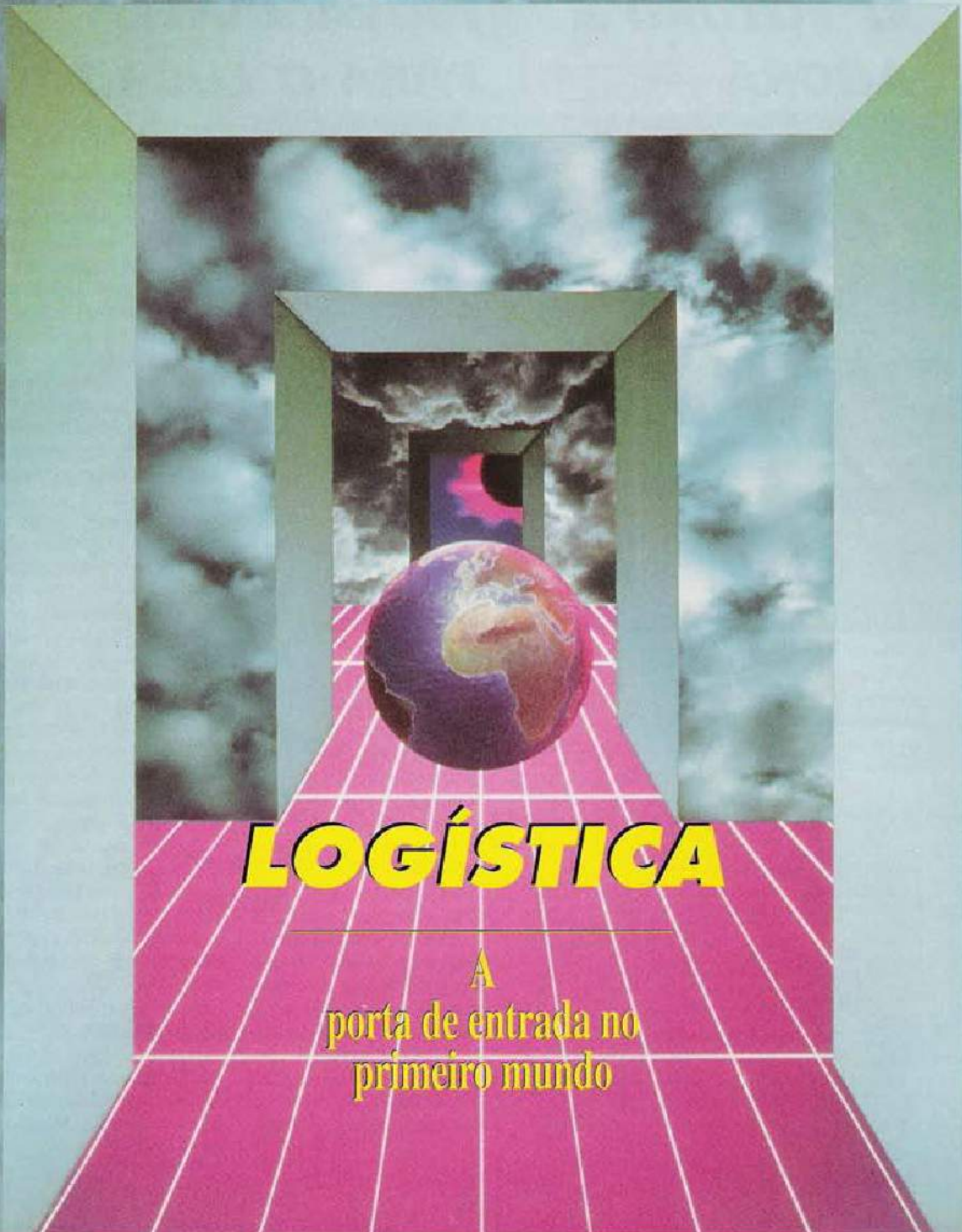


REVISTA DA

LOGÍSTICA

A N O III - N. 21 - SET. / OUT. 1993



LOGÍSTICA

A
porta de entrada no
primeiro mundo

O FUTURO É AGORA



Vinte e um é o número que significa a maioridade. Com muita responsabilidade, seriedade e luta, alcançamos nossa 21ª edição. E a apresentamos aos leitores com mudanças que, em nossa opinião,

levam a publicação a um novo patamar. Cara nova, mais arrojada. Papel diferenciado, com maior qualidade ainda. Textos atraentes, focalizando assuntos de real importância na atual conjuntura. Tudo isso para atender as crescentes exigências dos nossos leitores e anunciantes.

Estamos, enfim, trazendo o futuro para o presente. Da mesma forma que fizemos ao realizar a 1ª Jornada Técnica de Logística Brasil-Europa, evento que mostramos por inteiro na matéria central desta edição. Ah! Já íamos nos esquecendo. O Jornal da Logística se chama agora Revista da Logística. Sinal evidente de que o futuro chegou mais cedo. Melhorar sempre é a nossa meta, por isso, envie-nos suas sugestões. Afinal, esta publicação é produzida para você e sua empresa. Boa leitura!

J. G. Vantine

REVISTA DA LOGÍSTICA

Publicação bimestral da Edilog, dirigida a profissionais das áreas de Movimentação de Materiais, Armazenagem, Embalagem, Transporte, Distribuição Física e Suprimentos, entre outras.

Diretor Responsável: José Geraldo Vantine ■ **Edição:** Lygia Pini (MTb 18.046) ■ **Redação:** Marlene Valensuela (MTb 21.407) ■ **Criação, Produção Editorial e Visual e Editoração Eletrônica:** Idéia Final Comunicação Empresarial - Tel.: (011) 572-4222 ■ **Projeto Gráfico:** Roberto Silva e M. Donizetti ■ **Capa:** Larry Keenan/The Image Bank ■ **Impressão:** Gráfica Camargo Soares ■ **Endereço para correspondência:** Edilog Serviços Editoriais S/C Ltda. Rua Cônego Eugênio Leite, 97, sala 2, CEP 05414-010, São Paulo, tel. e fax: (011) 282-1724.

Não é permitida a reprodução de matérias, em parte ou no todo, sem prévia autorização dos Editores.

PARCERIA LOGÍSTICA

NOVA JANELA PARA O LUCRO

Em tempos de crise não há espaço para o isolamento entre as empresas. O momento por que passa o País exige a união de esforços, a parceria.

Sinônimo de maior produtividade e competitividade, a parceria logística — através da terceirização — vem sendo adotada por empresários brasileiros entre os setores industriais e comerciais. A idéia é simplificar e agilizar estruturas e procedimentos e permitir às empresas uma concentração maior nas suas atividades prioritárias. Essas foram algumas das razões por que

José Geraldo Vantine levou o assunto até a Convenção da Associação Brasileira dos Supermercados — Abras'93 —, que aconteceu de 19 a 22 de setembro, no Rio de Janeiro.

Coordenando o painel "Terceirização em Logística e Parceria Lucrativa", Vantine

abordou os vários aspectos que configuram a terceirização entre a indústria e o supermercado como uma opção viável. Os participantes foram quatro profissionais de empresas do comércio e da indústria: José Luiz de Souza, do Makro; Marcelo Peixoto, da Ceval; Paulo Lima, do grupo Pão de Açúcar; e Edison Agustinetti, da Bombril. O encontro propiciou a todos uma reciclagem acerca do tema com rica troca de informações.

Segundo Vantine, o repasse de atribuições a terceiros é uma estratégia praticada na Europa há cerca de quinze anos. Na área de Transportes, 80% das empresas aplicam a terceirização e, aproximadamente, 40% a utilizam na Armazenagem e Distribuição de estoques. A melhoria da qualidade dos serviços prestados a clientes e a redução dos custos diretos

são, na opinião de Vantine, os objetivos principais da parceria logística.

A prática

Os profissionais que participaram do painel da Abras'93 têm seus exemplos de prática

"Terceirização, maior qualidade nos serviços prestados a clientes".

da parceria e terceirização e contam à *Revista da Logística* como funciona o processo e qual o conceito de utilização adotado pelas suas empresas. No Makro, por exemplo, foi definido um grupo de lojas para a administração direta de um produto específico. "Um passo importante para o aperfeiçoamento de nosso plano de qualidade", avalia José Luiz. O Transporte é outra área terceirizada no Supermercado. "A intenção é proporcionar um melhor atendimento ao cliente, colocando a mercadoria certa na hora e no lugar certo", comenta ele.

A parceria na Distribuição também é aplicada na Ceval. Com seis transportadoras operando com exclusividade em algumas regiões e trabalhando com o conceito de *transit point*, a empresa credita os resultados favoráveis à confiança mútua. Esse conceito se aplica, da mesma forma, no seu atendimento a clientes. "Tanto que — diz Marcelo Peixoto — a empresa investe significativamente em treinamento, de forma a desenvolver uma cultura que nos permita ser um parceiro confiável." Giro e qualidade maiores, menos desgaste, custo reduzido e segurança garantida são, do ponto de vista de Marcelo, os ganhos do cliente quando existe o processo de integração.



Também acreditando na necessidade da confiança mútua, Edison Agustinetti, da Bombril, acrescenta: "Quando se estabelece uma parceria, ela deve ser uma operação ganho-ganho". A empresa está iniciando um trabalho na área Logística para medir o nível de satisfação do atendimento a clientes. Transportes já é totalmente terceirizado. "Nossa intenção é dar continuidade a esse processo", conta ele. Um dos benefícios observados pela empresa está no sistema paletizado (paletes-padrão) para o envio dos produtos entre indústria e cliente. "Na operação manual gasta-se em torno de uma hora

Participantes do painel: o cliente em primeiro lugar.

e meia, e com a paletização o tempo é de 15 minutos."

O Pão de Açúcar está estudando modelos de distribuição para equacionar problemas de armazenamento de produtos. Segundo Paulo Lima, "empresas de prestação de serviços logísticos, bem estruturadas fisicamente, com tecnologia de ponta tanto na movimentação quanto na informática, são os elos visíveis e viáveis para esta parceria". O objetivo único é o cliente, acredita. Com relação à parceria entre fabricantes e varejistas, Paulo avalia: "Se os dois falarem a mesma linguagem, os caminhos podem surgir. Eles estão à nossa frente, basta enxergá-los".

CERTIFICADO

DDF RECEBE A ISO 9000

No dia 18 de outubro, a DDF, prestadora de serviços de Logística e Distribuição Física — subsidiária da Philips —, ganhou o certificado ISO 9002 e, desde então, é a primeira no setor a contar com a certificação no País. "Para a empresa ela representa uma forma de divulgação da Logística, encarada de maneira séria e profissional", avalia José Carlos Bruno, diretor da DDF.

As normas ISO (9000 à 9004) foram criadas em 1987 pela International Standardization Organization (ISO) e instituem um sistema para gestão e garantia da qualidade de indústrias e serviços. De uma maneira geral, a ISO 9002 atesta o nível de qualidade do processo que envolve o tipo de atividade da DDF.

Qualidade é uma conquista

Para atendimento às estipulações da norma, alguns ajustes se realizaram na companhia: criação do Manual de Qualidade, de auditoria para cuidar do sistema e programa de divulgação e conscientização sobre a Política de Qualidade e a ISO 9000.



A empresa aposta na qualidade e é a primeira na área de Logística e Distribuição Física a conquistar a ISO 9002 no Brasil.

"Qualidade é uma conquista contínua; não se consegue de uma hora para outra. Ou a empresa tem essa cultura, ou não é possível ganhar a certificação", considera Bruno.

"Tudo isso nada mais é do que uma demonstração do modo como essa cultura é padronizada na DDF." Mediante a ISO 9002, o compromisso com seus clientes é a garantia de um serviço exe-

cutado de forma planejada e estruturada, o que propicia a manutenção permanente do padrão de qualidade.

Além do certificado nacional — concedido pela Fundação Carlos Alberto Vanzolini, da USP —, a DDF está aguardando o documento internacional emitido por um órgão do exterior. Dessa forma, a companhia poderá atestar que, em

seus serviços, adota um modelo de qualidade reconhecido em vários países do mundo.

Com a totalidade do capital pertencente à Organização Philips Brasileira, a DDF, antiga divisão do Grupo, é hoje uma empresa à parte, com cerca de dezenove anos de experiência no segmento de Logística. Atendendo a indústria e o comércio, seu trabalho se dá desde o recebimento de matérias-primas e produtos acabados até a entrega à rede de revendedores, incluindo os serviços de assessoria.

"A nossa atividade é puramente Logística e é encarada como uma ferramenta para alavancagem de venda e agregação de valor ao produto de nossos clientes", afirma o diretor da empresa. Com sede em Guarulhos e depósitos regionais em Manaus, Recife, Rio de Janeiro e Porto Alegre, a DDF ocupa mais de 50 mil metros de área construída, onde são estocados cerca de 40

mil paletes-padrão e 15 mil gaveteiros para peças a granel.

Avançadas técnicas de acondicionamento de mercadorias, administração de Transporte, Armazenagem e Suprimentos, além de modernos equipamentos e sistemas totalmente informatizados, completam os recursos utilizados pela empresa para o atendimento a seus clientes.

"Logística é uma ferramenta para agregar valor ao produto."

A distribuição paletizada sem problemas



3 - Na estocagem, proporciona otimização da ocupação volumétrica do depósito, organização do estoque e facilidade de localização e acesso aos produtos.



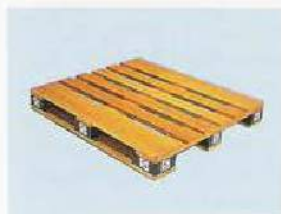
4 - Racionalização nos tempos de carga e descarga de veículos, além da redução drástica de perdas, danos e furtos em trânsito.



5 - O Sistema SPED possibilita que seu produto se mantenha unitizado em qualquer fase de distribuição.



2 - Já no final da Linha de Produção o palete permite a unitização de produtos, agilizando o fluxo de materiais dentro da unidade fabril.



1 - Em condições ideais de uso, qualquer quantidade e no tempo exato, o palete está à disposição de sua empresa.



7 - O SPED INFO faz a monitoração informatizada de todas as fases do ciclo da distribuição, inclusive para o usuário.



6 - A integração Palete-Produto, inclusive no ponto-de-venda, reduz manuseios e otimiza o tempo de ressuprimento.



SOLUÇÃO EM DISTRIBUIÇÃO PALETIZADA

SPED - Sistema Paletizado de Expedição e Distribuição Ltda.

R. Tapajós, 85 - Tel.: (011) 228-9019 - Fax: (011) 228-2947 - CEP 01107-040 - Ponte Pequena - São Paulo - SP

GRUPO DEFINE PRIMEIRO TEMA

Formar um grupo para a prática do Benchmarking na área de Logística. Este plano idealizado pela Vantine & Associados e Xerox do Brasil, há algum tempo, começou a se tornar realidade no final de 1991. Foi quando aconteceu o primeiro encontro do grupo. Em 1992, o processo adquiriu as formas preliminares e os participantes definiram os objetivos: criar uma cultura de Benchmarking, abrir canais diretos e desenvolver índices nacionais de desempenho. Hoje a equipe conta com 26 integrantes e já deu importantes passos para o alcance de seus objetivos.

Um deles foi a escolha do primeiro tema de trabalho para a prática efetiva do Benchmarking: Transporte. A meta principal do estudo é a criação de um índice de custo de transporte que sirva como referencial para as comparações, entre as empresas, do custo de frete. "O objetivo macro é a busca de um Índice Geral de Desempenho em Transporte, definido como relação entre custo to-



O time de Benchmarking entra em ação e investiga um índice referencial para as comparações de custo de frete.

▶ tal de transporte e faturamento", explica José Geraldo Vantine, coordenador do trabalho.

Justificando a opção pelo tema, Rejane Arinos Vasco, coordenadora de projetos da V&A e colaboradora da equipe, diz que "o setor representa um custo muito expressivo na área de Logística". Os participantes, constituindo o subgrupo I do Benchmarking, são — além da Vantine & Associados — profissionais do segmento de transporte das empresas: Avon Cosméticos, Johnson & Johnson, LPC Danone, Tubos e Conexões Tigre e Xerox do Brasil. Esse primeiro estudo, após concluído, será estendido aos demais integrantes do grupo.

Evolução

O subgrupo vem se reunindo desde agosto e definiu aspectos

indispensáveis para o bom andamento do processo. Com base nas informações das empresas, cada qual com suas características particulares, foram encontradas, por exemplo, seis variáveis — um conjunto de itens que servirá de auxílio à análise geral do objetivo proposto. Para correlacioná-las de maneira técnica para a geração de um algoritmo, foi contratado o CEMCAP (Centro de Matemática e Computação Aplicadas), do Instituto de Matemática e Estatística da USP — Universidade de São Paulo.

Troca de experiências

E o programa continua evoluindo. Em cada encontro o grupo ganha mais força. Baseados na confiança mútua, os representantes das empresas trocam ricas experiências, facilitando toda a sistemática dos trabalhos.

Falando sobre a importância do Benchmarking na área Logística, alguns integrantes do subgrupo I mostram o que pensam sobre a aplicação do processo, como encaram a experiência e avaliam resultados esperados pelas suas empresas.

Antonio A. Rocha (Tigre): "Nesse processo de troca de experiências está a praticidade oferecida pelo Benchmar-

"Benchmarking é um processo contínuo de aprimoramento pela análise comparativa."

king. A Tigre se interessou em participar desse primeiro estudo, por exemplo, porque quer saber se, em termos de custos de frete, paga um preço justo ou se está enquadrada num nível aceitável em relação às demais. Tudo o que verifico ser bom para as outras, vou assimilar para a minha companhia. Anteriormente a Tigre já reunia informações, porém só de empresas locais e sem muitos critérios”.

Procório Elvécio Pereira (Johnson): “Eu definiria Benchmarking como a forma



mais moderna pela qual o capitalismo moderno se espolhou para as conquistas recentes, ganhando etapas. As empresas continuam compe-

Grupo de trabalho: rica troca de experiências.

tindo, mas de uma forma inteligente. Na área de transporte, a Johnson sempre fez uma espécie de acompanhamento junto a órgãos oficiais. Agora, com a prática do processo, esperamos obter um tipo de amostragem mais fidedigna. Chegando ao índice procurado, vamos de imediato nos referenciar por ele. Ganha tanto quem participa do grupo quanto quem terá acesso às informações”.

Ricardo Sbragia (LPC): “Eu diria que o objetivo do grupo é uma melhoria do sistema. No tema estudado atualmente existe a necessidade da busca de um índice referencial, e, conjuntamente, os participantes criam uma metodologia de comunicação, tornando tudo mais fácil. Através da experiência das outras empresas, a LPC vai poder promover benfeitorias com maior velocidade e explorar mais intensamente o que ainda precisa ser feito, pois o grau de segurança será maior. Esperamos um resultado imediato para os nossos negócios, mediante a comparação com os outros”.

O QUE É BENCHMARKING

■ O processo, hoje utilizado em organizações de vários países do mundo, foi inspirado, ainda no ano 500 a.C., na frase do general chinês Sun Tzu: “Se você conhecer o seu inimigo e a si mesmo, não precisa temer o resultado de centenas de batalhas”. A filosofia do general finalmente foi adaptada às atividades empresariais na década de 70, quando a Xerox (EUA) constatou que o Japão ganhava o mercado de copiadoras.

Assim a Xerox deu início a uma investigação, comparando seu produto com as máquinas japonesas. Resultado: inovações na qualidade e nos serviços da empresa. Estava implantado definitivamente o Benchmarking na corporação.

O caso da Xerox é um exemplo clássico de como pode funcionar o Benchmarking. Investigando concorrentes ou não, o processo nada mais é do que uma análise contínua de comparação das melhores práticas de negócios das empresas de ponta na atividade pesquisada. O objetivo principal é atingir a satisfação dos clientes internos e externos, implantando melhorias constantemente aperfeiçoadas.

Para o sucesso de um programa efetivo, conforme Robert C. Camp, autor do livro **Benchmarking**, entre outras medidas é necessário: focalizar produtos ou serviços, formar uma equipe com a combinação certa de experiência e habilidade, identificar parceiros de Benchmarking e analisar os dados coletados de modo a obter resultados pragmáticos e relevantes.

O grupo de Benchmarking, sob a coordenação de José Geraldo Vantine, já definiu sua metodologia de trabalho. Além do setor de transporte (em estudo), serão abordados os segmentos de distribuição, atendimento ao consumidor, planejamento de materiais, movimentação e armazenagem, entre outros. Dessa forma, a área de Logística no Brasil vem ganhando, cada vez mais, contribuições valiosas para um desempenho ainda melhor.

ENRIQUECENDO CONHECIMENTOS

Foi uma excelente oportunidade para o conhecimento das mais atualizadas tendências do processo logístico, com visitas técnicas e seminários em dois países dos mais evoluídos no setor. Assim pode ser definida a Jornada Técnica de Logística Brasil-Europa '93, organizada pela **Vantine & Associados**, que aconteceu de 21 de outubro a 3 de novembro.

Com a realização conjunta do **Institute of Logistics**, da Inglaterra e da **Association Française pour la Logistique — Aslog**, da França —, o evento teve lugar em Londres e Paris e reuniu representantes de doze empresas de São Paulo, Santa Catarina, Minas Gerais e Rio de Janeiro. A coordenação foi de J.G. Vantine, diretor geral da V&A.

Considerando os requerimentos dos clientes, a V&A determinou a programação da Jornada com base numa pesquisa prévia. "A missão foi inteiramente formatada no sentido de atender as expectativas do cliente", diz Vantine. Assim, ramo de atuação das empresas, áreas estudadas, temas de seminários etc., se estabeleceram a par-



Sistema de transelevador na Toyota.

Equipamentos de última geração, os mais avançados sistemas logísticos e as novas tendências do setor. Tudo isso e muito mais marcou o sucesso da Jornada Internacional que seguiu para Europa.

▶ tir das sugestões apresentadas. Segundo Vantine, as visitas técnicas aconteceram na Europa porque a Logística das empresas locais está mais próxima à realidade brasileira. Além disso, comenta ele, "a Inglaterra e a França são dois países dos mais avançados do ponto de vista acadêmico, e, em termos operacionais, eles têm a maior participação de empresas de terceirização na parceria logística."

Visitas

Avançados sistemas de distribuição, movimentação e armazenagem; equipamentos de última geração; perfeito atendimento a clientes; parceria logística em completa sintonia... Estes e muitos outros aspectos puderam ser observados pelos participantes da Jornada

durante as visitas técnicas, realizadas nas nove empresas dos ramos industrial, comercial e de prestação de serviços.

Na Inglaterra, uma das empresas que chamou a atenção dos visitantes foi a **Robert Horne**, distribuidora de papel. Ela trabalha com cerca de 7.000 itens do produto e, na Europa, é a segunda maior do segmento em termos de volume de distribuição. O índice do nível de atendimento a clientes da **Robert Horne** é nada menos que 99,85% de entregas sem falhas. Para se ter uma idéia da preocupação da empresa nesse sentido, o padrão aceitável (em países desenvolvidos) para o seu tipo de serviço é de 95%. Todo sistema de informação é *modem line* e atua em grande velocidade. O computador central possui diferentes sistemas que se integram, garantindo a seqüência das operações no caso de alguma falha.

Considerando o número de referências de papéis com que a prestadora de serviços trabalha, o sistema operacional adotado é o de transelevador flexível, solução que possibilita a mudança de corredores sem a necessidade de carro de transferência. Atestando sua eficiência logística, apesar da rigidez nos procedimentos operacionais, a distribuidora é bastante flexível no atendimento a clientes, realizando qualquer solicitação de serviço personalizado.

A **Toyota**, na área de dis-

tribuição de peças, foi outra empresa inglesa que se destacou por sua exemplar atuação na logística de abastecimento. Estocando cerca de 91.000 itens de veículos (desde parafusos e porcas até vidros e pára-choques), a central distribuidora abastece 260 concessionárias de automóveis Toyota localizadas em toda Grã-Bretanha e dá suporte para a França e outros países da Europa.

O depósito tem uma área de estocagem na ordem de 20.000 m² e 130.000 pontos para localizações de peças.



Os equipamentos de movimentação e armazenagem vão desde transelevador de alta verticalização até equipamentos elétricos de última gera-

Grupo de participantes e organizadores da Jornada, na França.

ção: empilhadeiras trilaterais, que circulam em corredores estreitos, aumentando a densidade de armazenagem e otimizando os espaços. Além disso, no sis-

ARMAZENAGEM COM TECNOLOGIA

RACK

Módulos Desmontáveis



Permitem o uso integral do espaço disponível na sua área de armazenamento verticalizando sua estocagem.

De alta resistência, peças totalmente intercambiáveis, são fabricados no padrão ISO ou nas medidas determinadas pelo usuário. Dispensam o uso de ferramentas nas operações de montagem e desmontagem.

PARMATEC
PARMATEC
PARMATEC



Parmatec Indústria e Comércio Ltda.

Rua Guaranêsia, 912/916 - Cep. 02112-001 - São Paulo - SP

Fone: (011) 954-3811 - Fax: (011) 954-4887 - Telex 11-61130 - PAEC-BR



Área de armazenagem da Coca-Cola Schweppes. Nas embalagens bag in box, a racionalização do fluxo logístico.

tema de estocagem existem estanterias leves e pesadas do tipo porta-paleta, em função da variedade movimentada.

A produtividade na distribuição física também é interessante. Para atender uma solicitação do Norte da Inglaterra, por exemplo, são necessários apenas dois dias, prazo considerado desde o recebimento do pedido até a entrega efetiva. Para administrar o estoque do cliente dentro de uma ótica de ressurgimento automático, esta central está adotando o sistema EDI (troca eletrônica de informações), um processo de interligação, via computador, com todas as concessionárias.

Na França, a central distribuidora européia da Philips Lighting (iluminação) mereceu destaque, principalmente por ser a maior instalação do país e uma das maiores da Europa em termos de automatização do sistema operacional. A empresa lida com aproximadamente 3.000 itens diferentes de acessórios para iluminação e trabalha com um sistema totalmente robotizado: AGV — veículo autoguiado. Ou seja, transporte interno que atua sem operador. Ao receber os produtos paletizados, o AGV desloca-se



Armazenagem da Distrlux (grupo Eletrolux): grande evolução na área de embalagem.

sozinho para a área de estoque, transferindo sua carga (já na posição adequada e sem os paletes) para o transelevador.

Outro ponto considerado interessante é a separação dos itens. Os pedidos a serem entregues no mesmo dia, por exemplo, são agrupados — de acordo com o tipo da peça — na noite anterior. O sistema automático soma todos os pedidos, determina o conjunto de cada item, retira o estoque necessário, segue para uma área posterior e ali faz um mix de todas as solicitações. Uma vez separado os pedidos, eles são colocados em caixas, seguem por uma esteira de rolete, que os conduz para a linha de esteiras. Nesse ponto a leitura de código de barras separa as caixas por região.

Na opinião de Vantine, a visita a esta instalação gerou uma grande conclusão: "A parte operacional da Logística precisa ter na retaguarda um sistema operacional compatível. Não basta se comprometer com o cliente, é

preciso um nível de serviço adequado para o atendimento prometido".

De acordo com a opinião dos participantes da Jornada, o melhor exemplo de terceirização e parceria foi dado pelo

Carrefour da França. Todas as lojas são abastecidas por indústrias de distribuição, e o depósito fica por conta de terceiros.

O Carrefour se utiliza principalmente do serviço da Pomona, empresa responsável por toda a operação de estocagem, preparação das cargas e entregas. Até mesmo as instalações físicas das lojas Carrefour são de propriedade da Pomona. Nesses locais ficam representantes das duas empresas, demonstrando que o conceito de parceria realmente é colocado em prática. "Durante a visita conversamos com os gerentes das duas companhias, e o que percebemos foi uma perfeita sintonia entre eles", conta Vantine.

A logística dos parceiros

funciona da seguinte maneira: o Carrefour faz a negociação comercial e a empresa terceirizada se encarrega do restante da operação, atendendo os critérios estabelecidos pelo seu cliente. A funcionalidade do sistema operacional pode ser exemplificada com a

linha de produtos perecíveis (não congelados). Legumes, frutas e verduras vêm de qualquer ponto da França ou de outro país e são entregues nas lojas, num período máximo de oito horas, garantindo a quali-

"Não basta se comprometer com o cliente, é preciso um nível de serviço adequado para o atendimento prometido."

dade dos produtos no ponto-de-venda.

Seminários

Palestrantes renomados e entidades conceituadas apresentaram os seminários da Jornada Técnica de Logística, propiciando a todos os participantes uma gama valiosa de informações. Em Londres, os temas Planejamento Eficaz da Distribuição e Logística e Produtividade foram abordados por especialistas da Cranfield University e da A.T. Kearney, uma das maiores consultorias do mundo no campo da gestão empresarial. A conceituação atual da Logística, sua evolução no tempo, integração com as atividades da administração e de Marketing sintetizaram as duas apresentações.

Dos seminários de Londres destaca-se a pesquisa realizada pela A.T. Kearney. O estudo mediu o atual estágio das empresas européias — em performance logística —, classificando-as em quatro níveis de desempenho. Concluiu-se que em 92 a grande preocupação esteve voltada para a produtividade



e qualidade e que as companhias enquadradas no estágio quatro (o nível mais elevado) são aquelas que dispõem, hoje, de toda a tecnologia para transferência de informações entre empresas. Em outras palavras, a utilização de ferramentas informatizadas para a agilização de processos. A constatação, porém, é de que apenas 4% das empresas estão nesse estágio.

Após as visitas e seminários, uma mesa-redonda entre os participantes concluiu a essência da Jornada, destacando os aspectos técnicos e operacionais observados.

Em Paris, as palestras discutiram sobre Logística e Qualidade de Serviços a Clientes e Normalização das Funções Logísticas. Profissionais da Aslog e da Associação Francesa de Normas Técnicas apresentaram os temas. Os enfoques se voltaram para o planejamento logístico de abastecimento a mercado, integração da Logística no Marketing, estratégias logísticas e normalização das funções logísticas nos diferentes países europeus.

Nos seminários, a contribuição para grandes aprendizagens

MISSÃO CUMPRIDA

■ Além das visitas técnicas e seminários, a Feira Europack/Euromanut '93 — Exposição Européia de Embalagem, Movimentação e Armazenagem — também fez parte da programação da Jornada. A Feira contou com aproximadamente 1.250 expositores e apresentou várias tendências mundiais em equipamentos.

Como se pode observar, a V&A cumpriu a sua missão, atendendo as expectativas dos seus clientes. A constatação é afirmada pelos participantes da Jornada.

"Adquirimos novos conhecimentos, comparamos o sistema logístico do Brasil com o da Europa e absorvemos importantes conceitos para aplicação no trabalho", avalia José de Barros Pimentel Filho, gerente do Departamento de Serviços a Clientes da Union Carbide. Para Otávio Bedinelli, diretor da Transporte Liderminas, as expectativas foram atendidas acima do esperado.

"Destaco a qualidade dos seminários e visitas, a organização da Jornada, o entrosamento e homogeneidade do grupo", afirma ele. Lauro Mengarda, gerente de Transportes da Malvee Malhas, também considerou o evento como uma boa oportunidade de aprendizagem. "Tanto que, na medida do possível, queremos colocar em prática tudo o que foi absorvido."

Finalizando, Vantine destaca o elevado nível profissional dos participantes, que certamente muito contribuiu para o sucesso da Jornada.

SPACEMAN

LOGÍSTICA NO PONTO-DE-VENDA

A forte concorrência entre as empresas varejistas, aliada à alta inflação e ao custo de estoque, tem provado que o gerenciamento correto de espaços em lojas cria um importante diferencial no mercado. Hoje, para atender esta necessidade, existem programas de micro bastante sofisticados e completos. Entre os comercializados no Brasil, o Spaceman é uma opção. Oferecido pela Nielsen Serviços de Marketing, o software facilita a otimização de espaços em supermercados e outras modalidades de comércio caracterizadas por autoserviço.

A melhora da arrumação das gôndolas e da loja, o acréscimo na lucratividade, o retorno sobre investimento em estoque e o aumento da satisfação do cliente são os benefícios gerados pelo Spaceman. Desenvolvido pela divisão de Softwares & Systems do grupo Dun & Bradstreet, empresa norte-americana que controla a Nielsen, o programa vem despertando um crescente interesse do mercado nacional. No País, indústrias como a Colgate e Gessy Lever, a rede varejista Demeterco e as lojas de conveniência Express e Algo Mais da Shell estão entre os maiores usuários do sistema, conforme Sidney Fabiani, gerente de Produto da Nielsen.

Possibilidades

Apesar de ser desenvolvido, principalmente, para melhorar o retorno sobre o investimento em estoque no varejo, muitas vezes

Difundido principalmente na Europa e América do Norte, o Spaceman — software para gerenciamento de espaço em lojas — vem conquistando também o mercado nacional. O aumento do giro dos produtos expostos e das vendas, de maneira ágil e segura, justificam o uso da ferramenta.

é o fabricante quem mais faz uso dele. "Produtos com uma boa margem de lucro e rotatividade serão privilegiados pelo Space-

man, melhorando muito as vendas do varejo e, conseqüentemente, da indústria", diz Sidney, justificando o grande interesse do fabricante pelo programa, com o qual presta serviços ao comércio (ver box).

Com o Spaceman uma pessoa pode fazer, em algumas horas, o que uma dezena de pessoas faria numa semana. Além da velocidade de respostas, ele é auto-explicativo e sucinto, gerando poucos papéis. O software permite a impressão de planogramas (esquema de exposição dos produtos na loja), detalhado em cores, e vários relatórios, entre eles: um de evolução e outro de avaliação — por produto da gôndola e por fabricante —, e mais um com a quantidade ideal de exposição de cada item. Segundo Sidney, só com esse material é possível fazer um acompanhamento da situação.

Mas, além dessas análises, o Spaceman também determina estoques sub e superdimensionados; faz simulações de recebimento de mercadorias, de situações otimizadas para casos atípicos (lançamento de produtos,

Com o módulo Live, o usuário poderá digitalizar as imagens dos produtos obtendo um nível de sofisticação maior.



LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO FÍSICA SÃO HOJE ÁREAS DE EXTREMA IMPORTÂNCIA PARA O SUCESSO DE UMA EMPRESA. UMA ESTRUTURA INEFICIENTE PODE GERAR ATRASO DE ENTREGAS, PROPRIOGAÇÃO DE DUPLICATAS, ESTOQUES MAL CONTROLADOS E UMA TRÁGICA CONSEQUÊNCIA COM TUDO ISSO: PERDA DE CLIENTES E DE DINHEIRO. JÁ UMA ESTRUTURA PROFISSIONAL PODE FUNCIONAR COMO UMA VERDADEIRA ALAVANCA DE VENDAS. E AGORA VOCÊ PODE USUFRUIR DE UMA ESTRUTURA PERFEITA EM LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO FÍSICA SEM TER QUE INVESTIR UM CAMINHÃO DE DINHEIRO. A DDF, UMA EMPRESA



LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO FÍSICA. VOCÊ PODE ESTAR PERDENDO CLIENTES E DINHEIRO COM ISSO.

DO GRUPO PHILIPS, PRESTA SERVIÇOS DE LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO FÍSICA MODULADOS DE FORMA A ATENDER ÀS NECESSIDADES DE QUALQUER TIPO E TAMANHO DE EMPRESA INDUSTRIAL OU COMERCIAL. VOCÊ PODE CONTAR COM ASSESSORIA E UM SISTEMA DE DISTRIBUIÇÃO FÍSICA QUE PERMITE UM TOTAL CONTROLE DE SUAS MERCADORIAS DESDE O FINAL DA LINHA DE PRODUÇÃO ATÉ A ENTREGA AOS SEUS CLIENTES. A DDF POSSUI DEPÓSITOS EM SÃO PAULO, RECIFE E MANAUS EM UMA ÁREA CONSTRUÍDA DE 50.000m² COM CAPACIDADE DE ARMAZENAGEM COM MAIS DE 40.000 PALETES. APOIANDO TODO ESTE SERVIÇO, A DDF TEM UM COMPLETO SISTEMA DE INFORMAÇÕES COMPUTADORIZADO (ON-LINE) QUE PROPORCIONA AOS SEUS CLIENTES UM GERENCIAMENTO GLOBAL DE TODO O PRO-



CESSO DE LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO FÍSICA. AGORA QUE VOCÊ CONHECE UM POUCO DE TUDO O QUE A DDF PODE OFERECER JÁ SABE O QUE ESTÁ PERDENDO.

DDF
Logística e
Distribuição Física

São Paulo - Tels.: (011) 964-1005/964-1014/964-1211 • Recife - Tel.: (081) 545-2076 • Manaus - Tel.: (092) 652-2211



DPTO.

O Palete Padrão Da Canozo

O palete padrão é a nova realidade para a movimentação de diversos tipos de mercadorias. A Canozo Madeiras, tradicional fabricante de paletes, produziu e já tem à sua disposição esta nova tecnologia, que se tornará de utilização indispensável, gerando economia e agilidade na distribuição. A Canozo tem o palete que você precisa, com o padrão de qualidade que você já conhece.

**PALETES
CANOZO**

A BASE DA DISTRIBUIÇÃO MECANIZADA

MATRIZ - Rua Augusto Canozo, 70/140 - Catanduva - S.P. - CEP: 15800 - Fone: (0175) 22-3120 - Fax: (0175) 22-3306 - Telex: 175051
FILIAL SÃO PAULO - Rua Tapajós, 81 - 1º andar - Cj. 1 - Ponte Pequena - São Paulo - S.P. - CEP: 01107 - Fone: (011) 227-4685 - Fax: (011) 228-4674