

Além do entregador

DISTRIBUIÇÃO EFICIENTE EXIGE VISÃO INTEGRADA DE TODOS OS PROCESSOS DE LOGÍSTICA DESDE O PONTO DE ORIGEM ATÉ O DESTINO DO PRODUTO

Quando o motoqueiro sai da pizzeria *delivery* a caminho de mais uma entrega, o percurso escolhido não interfere de maneira significativa no resultado final da venda. Afinal, o raio de alcance de um serviço como esse não ultrapassa os dez quarteirões vizinhos ao estabelecimento comercial ou, no máximo, o bairro onde ele está instalado. E trata-se apenas de um produto, a pizza. “Em uma empresa como um supermercado, por exemplo, a história é outra”, alerta José Geraldo Vantine, da

Vantine Consultoria. Para o consultor, tanto no varejo como na indústria, que trabalham com centenas (e até milhares) de itens diferentes, há uma necessidade de planejamento de todos os processos da logística para garantir eficiência. “Há

uma tendência de isolamento das pessoas, seja comprando por telefone ou pela Internet”, afirma. Nesse sentido, o *delivery* é uma opção interessante para o varejista, desde que implantado corretamente. “Os empresários também devem estar atentos ao crescimento do *e-commerce*, pois seu funcionamento está baseado na integração entre venda virtual e logística real”, enfatiza.

Produto no PDV

Segundo Vantine, existem três níveis a serem trabalhados dentro da logística: operacional, tático e estratégico. “Normalmente, os empresários enxergam somente o aspecto operacional (caminhão na rua)”, diz. “É preciso encarar a distribuição como algo integra-

do a outras etapas que não pertencem à logística”, completa. O canal de vendas, por exemplo, é uma atividade de marketing, mas interfere decisivamente na cadeia de abastecimento. A partir da definição dos locais de venda, o canal de distribuição define como irá entregar. O consultor define a função da logística para o varejo: “A missão é manter o produto no ponto-de-venda no momento em que o cliente quer comprar e pelo preço exato que o consumidor está disposto a pagar.” O que significa isso? Manter milhares de itens na loja sem ter um estoque enorme – uma forma de garantir competitividade num sistema de abastecimento cada vez mais complexo. De acordo com a Vantine Consultoria, em média, de 3,5% a 4% do custo do produto está na logística.

do a outras etapas que não pertencem à logística”, completa. O canal de vendas, por exemplo, é uma atividade de marketing, mas interfere decisivamente na cadeia de abastecimento. A partir da definição dos locais de venda, o canal de distribuição define como irá entregar. O consultor define a função da logística para o varejo: “A missão é manter o produto no ponto-de-venda no momento em que o cliente quer comprar e pelo preço exato que o consumidor está disposto a pagar.” O que significa isso? Manter milhares de itens na loja sem ter um estoque enorme – uma forma de garantir competitividade num sistema de abastecimento cada vez mais complexo. De acordo com a Vantine Consultoria, em média, de 3,5% a 4% do custo do produto está na logística.

ECR

Para Vantine, ainda é muito cedo para acreditar no ressurgimento contínuo. Segundo o consultor, entre as barreiras para o desenvolvimento do Efficient Consumer Response aqui no Brasil estão a falta de confiança entre o varejo e a indústria e a impossibilidade do estabelecimento de padrões devido às particularidades de cada empresa. “Além disso, o ECR nasceu dentro de uma configuração americana e para solucionar questões de uma realidade específica”, destaca.

História do abastecimento

Anos 70 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 exploração da sinergia.

Anos 80 Integração interna e desregulamentação do transporte. A rápida economia e o desenvolvimento de sistemas de informação ofereciam oportunidades de *trade-offs* nas funções logísticas. O foco era a integração funcional.

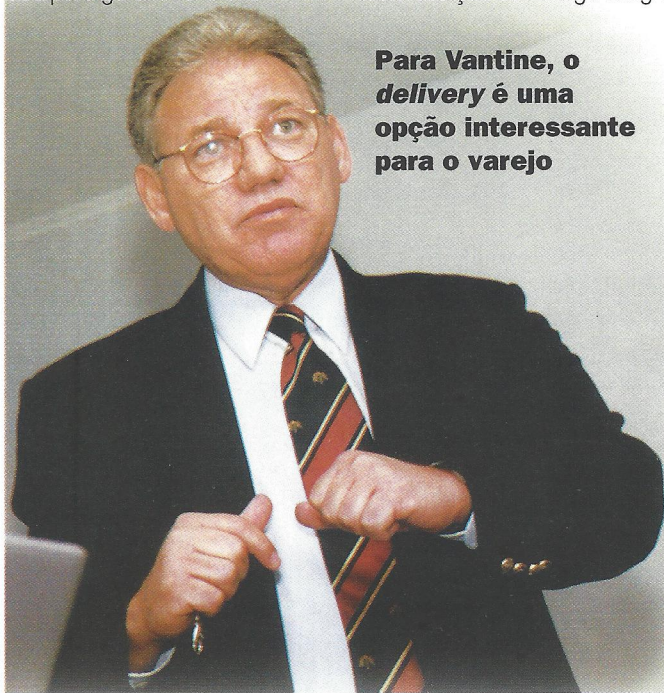
Anos 90 *Pipeline Logistics Management*. Integração de esforços ultrapassa as fronteiras da empresa para otimização do sistema de distribuição. Formação de alianças para aumentar a flexibilidade, reduzir custos e o tempo no sistema de distribuição. E a nova chave do sucesso: satisfação do cliente.

* Fonte: Vantine Consultoria

Dentro da programação de palestras para atualização e reciclagem dos profissionais da *Indicator*, José Geraldo Vantine esteve na empresa para falar sobre a logística no varejo e na indústria.

O ATUAL DESAFIO DA LOGÍSTICA É MANTER MILHARES DE ITENS NA LOJA SEM TER UM ESTOQUE ENORME

Para Vantine, o *delivery* é uma opção interessante para o varejo



Márcio Kato

4