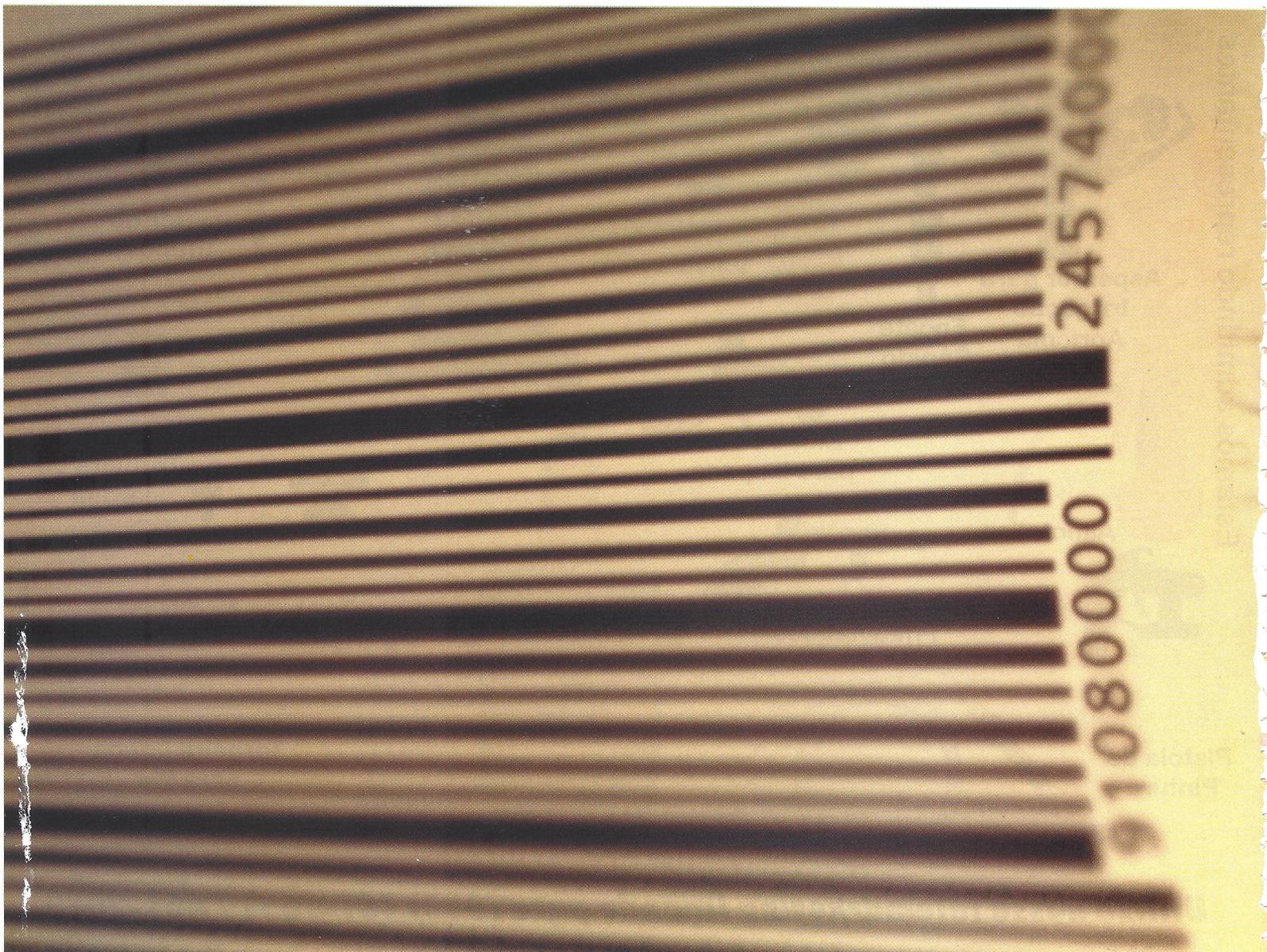




# A VEZ DA L

Fornecedores e varejistas descobrem que um bom trabalho de logística ajuda a reduzir custos e colabora para aumentar a satisfação dos consumidores





# LOGÍSTICA...

**A** partir da abertura de mercado e da redução da margem de lucro após a estabilidade econômica no país, boa parte dos fornecedores e revendedores do setor da construção foram obrigados a reformular seus negócios para sobreviver. Com isso, várias empresas investiram na modernização dos processos produtivos e sistemas de

**Texto e Reportagem:**  
**Marcos Orsolon**

Foto: Ricardo Brito/Grau 10



vendas, com direito a projetos de reengenharia, maior utilização de informática e certificação de acordo com as normas da ISO.

Dando seqüência a essa evolução, algumas empresas passaram a investir também em trabalhos ligados à logística, uma área que acaba integrando toda a cadeia na busca por redução de custos, prazos e, conseqüentemente, pela satisfação de consumidores, lojistas e fornecedores.

É importante destacar que a logística não se limita ao trabalho de transporte. Como explica José Geraldo Vantine, presidente da Vantine Consultoria, de São Paulo (SP), "logística é a parte da cadeia de abas-

tecimento responsável pelo planejamento, operação e controle dos fluxos de informação e produção da fonte de fornecimento até a fonte de utilização - ou seja, armazenagem, movimentação e transporte, entre outros -, visando atender às necessidades dos clientes".

A partir dessa definição, verificamos que um bom projeto de logística pode agilizar a cadeia em praticamente todos os seus níveis. A redução de custos nas entregas da indústria para a loja, por exemplo, que antes limita-

va-se às negociações de valor de frete, pode ocorrer de forma bem mais ampla. A adoção de medidas como a paletização dos produtos, utilização de código-de-barras, contratação de transportadoras idôneas e programação de entregas, pode reduzir as perdas por quebra, extravio e ainda proporcionar uma considerável economia de tempo.

O ganho de tempo é observado no trabalho desenvolvido pela Ebel, que recentemente passou a paletizar suas esquadrias. O diretor Comercial e Industrial da empresa, Valdir Belancieri, revela que, hoje, um caminhão carregado com os produtos paletizados leva aproximadamente 30 minutos para ser descarregado num ponto-de-venda com empilhadeiras e equipamentos adequados. Se não estivesse paletizado, esse mesmo caminhão levaria de três a quatro horas para ser descarregado.

Foto: Luiz Alonso/Grau 10



**José Geraldo Vantine: entrega no tempo certo, de acordo com as reais necessidades dos clientes**

**Ponto-de-venda** - Como as revendas, de forma geral, têm adotado uma política de manter baixos estoques, a eficiência nas entregas é fundamental para que o ponto-de-venda esteja sempre abastecido. Isso sem contar que a entrega rápida reduz o capital de giro do lojista, fato que gera um ganho financeiro que pode ser compartilhado com o próprio consumidor final através da redução de preços.

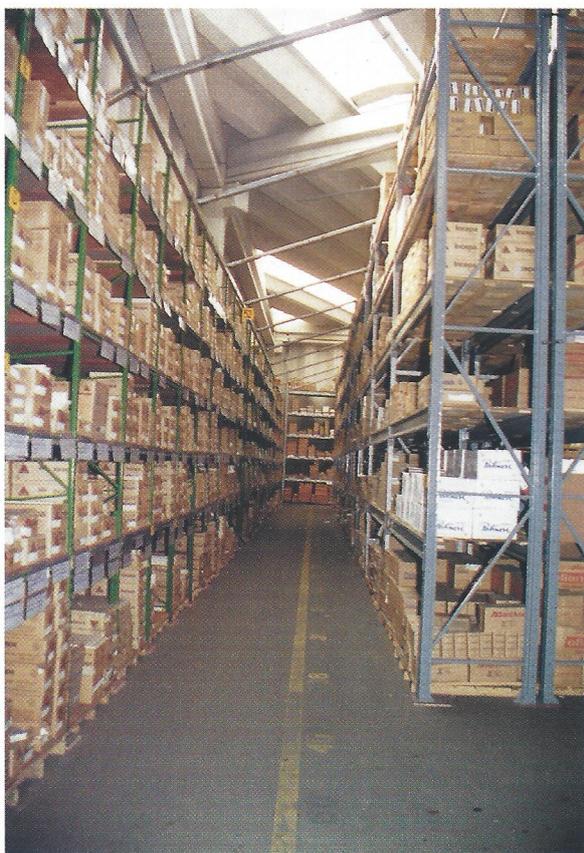
José Vantine explica que, para a revenda, a “logística é responsável por disponibilizar o produto no ponto-de-venda no exato instante em que o consumidor deseja comprar o que precisa pelo preço que está disposto a pagar”. Ou seja, muitas vezes o revendedor tem o produto para atender o cliente mas, devido a um problema logístico, não tem como entregar quando o consumidor deseja, fato que pode gerar vendas perdidas por mal serviço prestado.

Na gestão de atendimento ao cliente, o revendedor deve ter em mente que é preciso entregar o produto quando o cliente quer e não apenas quando a loja pode. Isso significa que não basta ter apenas rapidez. O lojista deve levar em conta o tempo certo de entrega, de acordo com as reais necessidades dos clientes.

Nesse aspecto, Vantine entende que, hoje, grande parte do varejo de material de construção ainda está longe de atingir um patamar ideal. Ele comenta que nos home centers, por exemplo, a maior parte das lojas não possui prazo de entrega consolidado ou tem entrega em 24 horas. Trata-se do famoso ou 8 ou 800. “Ambos os casos são ruins. Primeiro porque a entrega em 24 horas nem sempre é viável, por ser muito onerosa, sem que o cliente precise ter o produto nesse tempo. Em contrapartida, prazos muito longos de entrega podem desestimular o cliente a comprar”, explica.

Para garantir o bom nível no serviço de entrega, a Castorama (SP), por exemplo, conta com profissionais treinados para executar o trabalho, além de um sistema logístico relativamente ágil, com uma boa infra-

Foto: Ricardo Brito/Grau 10



**Depósito central da Madeirense (SP), responsável pelo abastecimento das lojas**

**Transporte** - O transporte das mercadorias é um dos principais pontos abordados no projeto logístico - tanto da indústria como do comércio - e, como já foi mencionado, vai muito além da simples negociação do valor do frete. Através da otimização das etapas que constituem esse processo, é possível reduzir consideravelmente os custos da operação, evitando perdas no manuseio dos produtos e garantindo a pontualidade nas entregas.

Assim, a eficiência nessa fase depende, entre outros fatores, da escolha da transportadora, da elaboração de uma programação de entregas eficaz, de profissionais qualificados para realizar o trabalho e até mesmo da forma que o produto é embalado - que deve facilitar o manuseio no carregamento e descarregamento dos caminhões.

Vale lembrar que no mercado nacional ainda predomina o transporte rodoviário, uma vez que a malha ferroviária encontra-se deteriorada, o transporte aéreo normalmente apresenta custos muito elevados e os transportes hidroviário e de cabotagem ainda são pouco explorados.

É verdade que existem empresas que apostam em outras modalidades para levar seus produtos aos clientes, mas as iniciativas ainda são tímidas. A Cecrisa, por exemplo, trabalha com três agências marítimas que podem fazer este trabalho para os clientes das regiões Norte e Nordeste. No entanto, o gerente de Logística da empresa, Nilson Soares, comenta que o transporte de cabotagem ainda é pouco utilizado pelos clientes.

“Essa modalidade tem custos bem inferiores que podem refletir em ganhos para o próprio cliente. Hoje, a cabotagem sai em torno de 20% a 30% mais barata que o custo do frete e nós orientamos os representantes para que levem essa informação aos clientes”, afirma.

Quanto ao transporte rodoviário, a Cecrisa vem desenvolvendo, há dois anos, um trabalho de foco dirigido, onde a empresa selecionou 22 transportadoras para atender clientes de todo o Brasil. Assim, no ato da venda o representante indica ao comprador as transportadoras que podem realizar a entrega com segurança e eficiência. No entanto, se o

Foto: Stock Fotos



estrutura de separação de cargas e agilidade da própria transportadora - que é terceirizada. O diretor de Operações Castorama do Brasil, Patrick Papot, revela que o objetivo da empresa é entregar, em média, em 48 horas. No entanto, para satisfazer às necessidades dos clientes, a entrega pode ocorrer até mesmo depois de 60 dias.

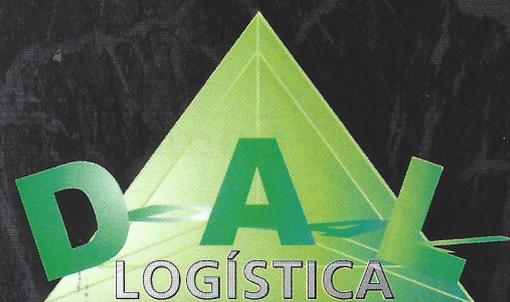
Para os grupos que possuem mais de uma revenda, a utilização de depósitos centralizados pode ser uma alternativa interessante para facilitar os trabalhos de entrega e recebimento de produtos no ponto-de-venda. Essa foi a opção da Madeirense (SP), que conta com um depósito central na capital paulista, responsável pelo abastecimento das lojas e pelas entregas aos consumidores.

De acordo com Luigi Meloni, gerente de Unidade da empresa, a adoção do depósito central reduz a necessidade de estruturas paralelas e vários depósitos, o que leva ao aumento de estocagem de um mesmo item. Ou seja, além de facilitar a operação de recebimento e distribuição, os investimentos ficam focados num único depósito.

Evidentemente, o trabalho de entrega, seja da indústria para a revenda ou da loja para o consumidor, deve contar com um bom suporte tecnológico. Sob esse aspecto, o próprio desenvolvimento da informática no setor colabora para a redução dos estoques, dá mais agilidade ao processamento de pedidos e evita a falta de produtos nas gôndolas - uma vez que o controle de entrada e saída de itens torna-se mais eficiente. Trata-se da logística de informação, que é tão importante quanto a logística que administra a parte física da cadeia.

Amin Abdelaziz Neto, sócio-gerente do Atacadão das Laranjeiras, de Manaus (AM), comenta que o fato da empresa ser completamente informatizada facilita, e muito, no controle de entrada e saída de materiais. Este fato, junto com o trabalho de treinamento de funcionários, colabora para que o serviço de entrega seja rápido e eficiente.

Foto: Ricardo Brito/Craun 10



## **A logística especializada do showroom da construção**

**Soluções especializadas na distribuição São Paulo e Grande São Paulo, Homecenters e Supermercados**

**Administração de transportes  
CIF em nível nacional**

**Operação de Centros de Distribuição com estruturas próprias**

**Terceirização das operações logísticas internas (almoxarifado, estoque e expedição)**

e-mail: [dallogis@uol.com.br](mailto:dallogis@uol.com.br)

Escritório: Rua Bentópolis, 146 – Parque Novo Mundo – CEP 02181-080 – São Paulo-SP

Fones: (11) 6954-8244 / 6967-0758 / 6967-3140

Fax: (11) 6954-2085

do lojista, também facilitam o manuseio de quem recebe o produto.

**Alguns problemas** - Seja qual for sistema adotado pela revenda - mantendo depósito centralizado ou junto à loja -, alguns cuidados devem ser tomados. A Madeirense, por exemplo, desenvolve um trabalho de recebimento de mercadorias onde é fundamental a verificação de itens como quantidade e valores, entre outros. Na parte física, além da confirmação das quantidades, também são observadas as embalagens, a identificação dos produtos e a qualidade e tipos de pallets. Além disso, constantemente a empresa realiza reu-

niões e treinamento das pessoas envolvidas para tornar os processos mais eficientes e reduzir as perdas nos mesmos.

No entanto, mesmo com várias revendas e indústrias do setor despertando para a importância da logística para a cadeia, ainda existem muitos problemas a serem superados. Um deles diz respeito ao recebimento de mercadorias nos depósitos dos lojistas, onde, muitas vezes, ainda existem longas filas de caminhões a espera para descarregar. Na opinião de Ed-

son Mantoani, diretor da DAL - Distribuição Física e Logística Ltda, de São Paulo (SP) este é um dos principais problemas do setor. "É o gargalo deles. E isso é um problema decorrente do processo, é falta de procedimento e organização", completa.

Valdir Belancieri, da Ebel, também acredita que essa seja uma das principais dificuldades em relação aos pontos-de-venda. Em sua opinião, seria muito bom para as indústrias se fosse montada uma programação de entrega com horários fixos.

Para superar não apenas esse, mas qualquer tipo de problema que a cadeia possua, é preciso que a logística de informação entre indústria e varejo funcione perfeitamente, se possível em tempo real, e a parte física do processo, na medida do possível, acompanhe a veloci-

Foto: Luiz Alonso/Grau 10



**Edson Mantoani: projeto voltado para a modelagem da distribuição física**

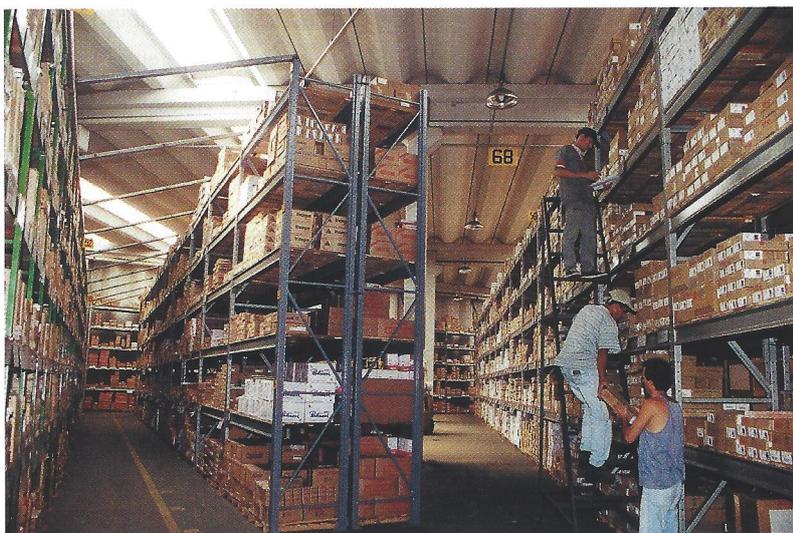
cliente preferir, ele mesmo pode indicar uma transportadora de sua preferência para realizar o serviço.

Nesse trabalho, a Cecrisa adotou a modalidade FOB, onde o cliente paga o frete, e Soares garante que, em 90% dos casos, as transportadoras indicadas pela empresa acabam sendo mais baratas do que outras transportadoras. Além disso, os transportadores recebem, mensalmente, orientações da empresa no intuito de se criar uma conscientização que ajuda a manter e elevar cada vez mais o nível de qualidade do transporte.

Os resultados do trabalho podem ser medidos através das reclamações dos próprios clientes. Segundo Soares, depois da implementação do foco dirigido houve uma redução da ordem de 30% nas reclamações em relação a atrasos e quebras de produtos, entre outros.

Quanto à embalagem dos produtos, é importante destacar que ela varia de acordo com o perfil do cliente. A Akros, por exemplo, desenvolveu dois padrões de embalagens que visam facilitar suas entregas. Para os clientes de grande porte, a empresa realiza entregas paletizadas, inclusive com código-de-barras, o que dá agilidade tanto para a empresa quanto para o revendedor que está preparado para receber esse tipo de carga. Já para pequenos e médios revendedores, que muitas vezes compram volumes inferiores a um pallet, a empresa conta com caixas de papelão que, além de atender às necessidades

Foto: Ricardo Brito/Grau 10



Madeirense: depósito central reduz estruturas paralelas e diminui estoque

**EXPRESSO  
LIMEIRA**

## Transporte Competitivo

- Coletas
- Transporte
- Entregas
- Atendemos todo o Brasil



QUEM FAZ COM TIGRE FAZ PARA SEMPRE

PINCÉIS E ROLOS



agrocerec  
NUTRIÇÃO ANIMAL



CAC Central de  
Atendimento ao Cliente  
DDD Gr<sup>atuito</sup> 0800 135030  
<http://www.expressolimeira.com.br>

### Algumas medidas que podem otimizar a cadeia de material de construção:

- ✓ Estabelecimento de padrões de operação: pallet padrão; embalagens padrão; código-de-barras;
- ✓ Estabelecer a troca eletrônica de informações dentro do padrão EAN;
- ✓ Utilizar o sistema de operação logística terceirizado (só para a indústria);
- ✓ Implantar um programa de ressuprimento contínuo nas lojas;
- ✓ Utilização de tecnologia de informação.

Fonte: Vantine Consultoria

dade das informações. Ou seja, é preciso que todas as partes do processo estejam integradas e funcionando bem, o que se consegue através de investimentos direcionados para o desenvolvimento de um bom projeto de logística.

É importante ressaltar que estes investimentos não ocorrem em vão. André Luiz Fauth, diretor da Akros, acredita que, como o mercado apresenta produtos e preços bastante parecidos, o diferencial estará justamente no conceito de utilização de logística. "Hoje nós não negociamos preços com os clientes, mas sim as vantagens do ponto de vista de embalagens e serviços", destaca.

**Futuro** - É difícil prever o que acontecerá no futuro em termos de logística no mercado de material de construção no Brasil, até porque ainda existem muitas empresas que não assimilaram claramente o que ela representa para a cadeia produtiva. Segundo José Vantine, em primeiro lugar, é preciso que indústria e varejo busquem, além da integração comercial, também a integração logística.

O objetivo das empresas deverá ser o de reduzir o tamanho da cadeia, fazendo com que o produto chegue com maior velocidade e menor custo até o consumidor final. Aliás, mais do que nunca o foco principal do processo é o consumidor, que é quem efetivamente faz com que o produto gire no ponto-de-venda.

Uma das alternativas que vem sendo apontada por especialistas

# Sua Loja de Material de Construção sem uma Bematech

Intermix

Impressora Fiscal Bematech. Mais indispensável que joelho de conexão em loja de material de construção.



MP-40 FI II



MP-20 FI II

info@bematech.com.br  
www.bematech.com.br

  
**BEMATECH**  
periféricos

BA-FOXDT: (71) 346-0408 - GO-CATRAL: (62) 293-1111 - MG-TEMAK: (31) 273-9988  
SP-BPSul: (11) 270-7696 - PE-SISTEMA2: (31) 445-6900 - RS-ASSIST: (51) 340-5961  
SP-VISAGE: (11) 3022-4969 - RJ-FOXDT: (21) 573-8333 - SC-ASSIST: (47) 340-2928  
PR-PROHARD: (41) 284-3421 - MS-PROHARD: (67) 721-7228

Atuação em todo território nacional

para agilizar o setor, é a criação de centros de distribuição de produtos terceirizados. Entre outras atribuições, esses centros seriam responsáveis pelo transporte, armazenagem e entrega de materiais para o consumidor final, reduzindo a quantidade de transações físicas na cadeia.

Caminhando nesse sentido, a DAL desenvolveu um projeto voltado para a modelagem de distribuição física para o setor de acabamento da construção civil, chamado "Provedor de Serviços Logísticos", segundo o qual, o fornecedor produz a mercadoria e a entrega no provedor. O revendedor efetua, eletronicamente, a compra desse material e o provedor, automaticamente, transfere, também eletronicamente

o produto para a loja - não havendo transferência física do material. O mesmo ocorre em relação às entregas para o consumidor final, ou seja, a revenda efetua a venda, passa a informação ao provedor e este realiza a entrega para o consumidor.

Edson Mantoani explica que nesse processo há um enxugamento na cadeia, com economia em várias etapas. O lojista, por exemplo,

passa a não se preocupar mais com recebimento de produtos, estoque e entregas ao consumidor - ele contará apenas com um estoque mínimo no ponto-de-venda para atender aos consumidores que desejarem levar o produto no ato da compra. Ele terá o seu foco todo centralizado nas vendas e na melhoria da loja, ou seja, procurando comprar melhor e desenvolvendo políticas de marketing e de atendimento ao consumidor.

Além disso, Mantoani esclarece que o provedor será responsável pela própria regularização do estoque. Quer dizer, a indústria vai colocar no provedor aquilo que ela realmente vende e o lojista irá comprar apenas o que está vendendo, evitando perdas por compras mal feitas, por exemplo. Segundo o diretor da DAL, esse modelo poderá significar um ganho na cadeia da ordem de 30%. ●

### Algumas vantagens que um sistema eficaz de logística pode proporcionar:

- ✓ *reduz o estoque de uma média de 45 para 15 dias;*
- ✓ *reduz o índice de perdas e avarias de uma faixa aproximada de 5% para 1% ou menos;*
- ✓ *reduz o custo de transporte (não de frete) em, no mínimo, 30%;*
- ✓ *aumenta drasticamente a satisfação do consumidor (ele compra o que quer e recebe quando precisa)*

Fonte: Vantine Consultoria