

Logística e Supply Chain Management aplicados ao supermercado

Por José Geraldo Vantine

Assim como muitos entendem marketing como propaganda, ainda confunde-se logística com transportes, e agora com Supply Chain Management (SCM). No entanto, pela própria definição, vê-se que o SCM é um conceito mais amplo que o conceito de logística, ampliando o escopo dos processos envolvidos dentro e fora das próprias empresas.

Supply Chain Management é a integração dos processos comerciais críticos desde o usuário final até os fornecedores originais, que fornecem produtos, serviços e informações que adicionam valor aos clientes e outros parceiros.

Logística é o processo de planejamento, operação e controle dos fluxos de matéria-prima, material em processo e produtos acabados, bem como do fluxo de informação, desde a fonte de suprimentos até o usuário final, assegurando, ao mínimo custo, a satisfação total do cliente.

Nessa evolução da logística em direção ao SCM, surgiram algumas iniciativas bem-sucedidas como o ECR (Efficient Consumer Response) entre fornecedores e varejistas, com suas estratégias de ressuprimento, promoções, sortimento eficiente e introdução eficiente de novos produtos.

O objetivo maior é a eliminação de TEMPO-CUSTO-ESTOQUE em toda a cadeia de abastecimento até chegar ao

consumidor final, livrando-se de todas as funções e atividades sem valor agregados na busca permanente da eficácia operacional, com uma velocidade e flexibilidade maior de resposta ao mercado. Isto, por sua vez, impõe uma integração não somente interna à empresa, como também aos clientes e fornecedores da cadeia.

As empresas de sistemas corporativos ou ERPs desenvolveram produtos específicos, como o SAP Retail, para a gestão desses processos de interação da cadeia, onde será possível fazer o acompanhamento do pedido e a entrega na data prometida com maior eficiência.

Para enxergar essa nova dimensão de integração, é possível analisar um processo de logística na cadeia com sistemas de automação da força de vendas, planejamento da demanda, gerenciamento de compras, planejamento da produção e gerenciamento de armazéns e dos transportes integrados e conectados com os demais membros da cadeia.

A tecnologia de informação para fazer essa integração está disponível com funções adequadas ao varejo, indústria e serviços, podendo ser utilizadas pela maioria das empresas, inclusive as de pequeno e médio portes.

O resultado do retorno sobre o investimento está diretamente relacionado com a análise, redesenho e mudança dos processos, levando-se em consideração a

possibilidade que a tecnologia de informação oferece a infra-estrutura que lhe dê suporte – recursos humanos, físicos e tecnológicos.

Isso também não é nenhuma novidade se fizermos um exercício para tentar enxergar o futuro próximo, onde exista uma gama de sistemas integrados com preços acessíveis, possibilitando a criação de processos e empresas com as mais diferentes configurações, resultado das possibilidades que a tecnologia de informação cria.

Para o setor de supermercados no Brasil – que responde por mais de 80% da distribuição de alimentos e produtos de limpeza e higiene pessoal – a logística e o SCM devem ser entendidos como os principais instrumentos de gestão em direção ao próximo século, e a tecnologia de informação o principal capacitador dessa nova forma de gestão integrada na cadeia. ■



José Geraldo Vantine é diretor da Vantine Consultoria, um dos consultores táticos do SAP Retail e consultor da ABRAS