



José Geraldo Vantine

O supermercado é uma atividade que conseguiu uma evolução extremamente rápida em nosso país e hoje é uma verdadeira potência, não só ao nível de comercialização mas, principalmente, de abastecimento e distribuição de bens de consumo no Brasil. E pode-se dizer que boa parte desse sucesso deve-se à utilização da logística, que permite otimizar o fluxo de materiais, desde a sua fonte primária até a colocação nos pontos-de-venda como produto final.”

A afirmação foi feita por José Geraldo Vantine, da Vantine & Associados, empresa de consultoria especializada em logística e distribuição, durante palestra no Encontro 90 — Encontro Nacional de Fornecedores e Operadores de Supermercados, no Centro de Convenções Rebouças. Para ele ainda existe muita ineficiência, quando se fala em termos de Brasil como um todo, na interligação fábrica/ponto-de-venda por intermédio da análise de produto, embalagem, sistemas de paletização, transporte, armazenagem e manuseio da mercadoria no ponto-de-venda.

A ajuda da logística para a evolução dos supermercados

Ganha importância cada vez maior dentro do processo de evolução do sistema de auto-serviço o emprego dos conceitos da logística, que otimizam o fluxo das mercadorias e trazem consigo o aumento da lucratividade

“A maioria das empresas de supermercado hoje existentes no país há vinte ou trinta anos não passavam de empórios ou quitandas que, por intermédio do grande esforço de seus empreendedores, se transformaram no que são hoje. Mas é preciso que o empreendimento tenha também em suas atividades de suporte uma evolução compatível com sua época”, aler-

tou o especialista em logística.

Vantine cita o transporte como um dos pontos falhos no sistema de distribuição, sobre o qual voltaria a falar mais detidamente, e chama a atenção para a importância da embalagem dentro da logística: “A embalagem, classicamente, tem a função de conter, proteger o conteúdo e vendê-lo. Mas nós juntamos a ela a função logística, que é a integração dela a partir de um elemento de interface”, disse Vantine, explicando existir a embalagem primária, aquela que chega ao ponto-de-venda; e a de transporte, ou secundária, aquela colocada dentro de um sistema de transporte mas numa visão integrada, que leve em conta condições de armazenagem e o sistema de paletização.

Vantine deu um exemplo ideal da função logística da embalagem dentro desse sistema inte-

grado citando uma empresa européia: "Ao final da linha de produção, o material é colocado em uma unidade paletizada já configurada dentro do conceito de embalagem modular. Para uma mesma embalagem de transporte existe uma família de produtos utilizando-a e todos configurados para modulação do palete. Essa unidade-padrão é transferida para uma central de distribuição que atende cerca de 25 mil pontos-de-venda e se utiliza de veículos adequados para o transporte urbano, chegando finalmente ao supermercado para ser exposta ao consumidor final".

Vantine afirmou que a utilização do método visa à racionalização dentro das áreas, principalmente nas de movimentação e armazenagem e para não ocorrer cenas como as vistas ainda hoje nas zonas cerealistas de homens carregando nas costas fardos de mercadorias, o que poderia ser evitado nas grandes cidades com a utilização de métodos disponíveis de movimentação de cargas.

O especialista tocou num ponto ainda não devidamente equacionado pelo auto-serviço no Brasil, que é a entrega das mercadorias diretamente nas lojas de supermercados ou nos depósitos: "Dentro da cultura histórica do segmento, depósito era ou ainda é sinal de produto parado, aguardando melhores oportunidades, melhor preço, atendendo o lado especulativo do negócio. Porém, no abastecimento de supermercados não existe a figura do depósito. Na melhor das hipóteses existe a figura da central de distribuição, que tem de ser dotada de recursos materiais, de equipamentos e de recursos humanos para poder, de uma forma rápida, receber dos fornecedores e abastecer as lojas".

Para ele, outro aspecto importantíssimo, como parte integrante da distribuição física, é a unitização da mercadoria, partindo de um princípio lógico e simples de que é mais econômico movimentar ou transferir produtos num conjunto único do que unitariamente: "Esse princípio muito simples gera esse conceito de unitização, do qual o mais importante é a paletização, que necessita da modulação da embalagem, necessita da padronização, da uniformização e, dentro de uma visão sistêmica, é importante entender que existem remédios diferentes para problemas também diferentes", comentou.

Vantine disse que, dentro desse aspecto, a distribuição urbana é diferente da intermunicipal, interestadual, e que cada uma requer soluções com algumas distinções e a principal pas-

sa pelo tipo de veículo usado: "Normalmente se utilizam veículos de grandes proporções para distribuição urbana e veículos de dimensões médias para distribuição a nível nacional, esquecendo-se da relação custo energético do transporte dentro deste conceito".

Vantine ressaltou ainda a pouca atenção que se dá no país ao uso do palete, largamente empregado na Europa, e citou o empenho da Associação Brasileira dos Supermercados (Abrás) na criação de um grupo de trabalho para a padronização de paletes e distribuição: "Esse grupo", disse Vantine, "está procurando, via padronização do palete, estabelecer um modelo adequado à distribuição de bens de consumo nas interfaces fornecedoras de supermercados, ou seja, que atenda a grande maioria dos produtos e permita essa relação tendo no meio um importante e indispensável elo, que é o transporte rodoviário".

Vantine afirmou que o palete pode parecer um elemento em princípio muito simples, porém necessita de muito estudo, pois é de extrema importância para a evolução dentro do planejamento estratégico das empresas industriais e de supermercados. O modelo estudado pelo grupo formado pela Abrás é para ser o mais econômico possível, para permitir seu uso por todas as empresas de supermercados, que assim passariam a se utilizar do sistema paletizado, o que seria benéfico para todo o sistema.

Outro aspecto abordado por Vantine foi o transporte: "Esse sistema, em nosso país, tem evoluído de maneira muito lenta, talvez não por culpa das próprias empresas de transporte, mas, principalmente, devido aos critérios de pagamento de tarifas de frete, que não permitem sua evolução". Vantine citou alguns exemplos do sistema de transporte europeu que, se empregados no Brasil, poderiam trazer grande contribuição para o desenvolvimento do sistema como um todo: "Novos materiais deveriam ser empregados na fabricação das carrocerias; as rampas hidráulicas necessitam do emprego de novos conceitos e materiais; e também precisamos romper um pouco nosso conceito de enlombamento de veículos".

De acordo com ele, jamais o transporte de >

"A Abrás criou um grupo de trabalho para padronizar os paletes e estabelecer um modelo que seja adequado à distribuição dos bens de consumo"

cargas não perecíveis nos Estados Unidos, Europa e Japão é feito em veículos enlonados.

Vantine encerrou sua palestra falando sobre as vantagens do sistema DPP — Lucro Direto do Produto e suas implicações na logística e, ainda, sobre a transferência de informações via código de barras, procurando deixar claro que a evolução é constante “e, portanto, é necessá-

rio entender que cada vez mais dentro da visão estratégica das empresas de supermercado, quer seja na expansão de lojas, quer na construção de centrais de distribuição, o enfoque da logística é extremamente importante, e aquela empresa que não entender isso com certeza estará dando lugar à ineficiência, e esta significa a perda da lucratividade”.

A internacionalização dos mercados já é um fato no mundo de hoje e o comércio externo passa a ganhar um status tão ou mais importante do que os próprios mercados nacionais internos. O Brasil, em decorrência de sua atual capacidade produtiva, é parte integrante desse cenário. Nesse contexto, ganham importância os acordos bilaterais assinados e em vigor com países do Cone Sul, como Chile e Argentina, com reduções nas alíquotas de importação para determinados produtos, principalmente gêneros alimentícios, e facilidades no trâmite burocrático.

As oportunidades de comércio com Chile e Argentina

A assinatura de acordos bilaterais entre Brasil, Chile e Argentina abriu inúmeras oportunidades de comércio entre os três países, com facilidades de importação e exportação de diversos tipos de produtos

Foi para mostrar aos supermercadistas as facilidades para importação no âmbito desses acordos que a Abras convidou Natalio M. Janer, chefe do Escritório de Comércio da Embaixada Argentina, Rodrigo Vallente, diretor da Pró-Chile, empresa vinculada ao governo chileno para incentivar o comércio exterior, e Sergio Lacorte, diretor da Languedoc Internacional, empresa especializada em comércio exterior, para falarem sobre o tema “Oportunidades de comércio com Argentina e Chile”, no Encontro 90 — Encontro Nacional de Operadores e Fornecedores de Supermercados.

Todos foram unânimes em seus pronunciamentos em afirmar que esperavam do governo Collor um incremento nas relações internacionais, com uma maior abertura do mercado nacional para os produtos estrangeiros e, especificamente, para os países vizinhos do Brasil: “Essa, inclusive, é uma forma de melhorar as relações externas do país, num momento de redemocratização em toda a América Latina e no resto do mundo”, comentou Lacorte.

Os dois representantes da Argentina e do ▶