

A IMPORTÂNCIA DA LOGÍSTICA PARA A EFICÁCIA E RENTABILIDADE PARA O VAREJO

Por: J.G.Vantine



São Paulo, 29 de Setembro de 2004

SETOR AUTO-SERVIÇOS TEVE UM FATURAMENTO NOMINAL DE 87,2 BILHÕES...

Faturamento nominal: R\$ 87,2 Bilhões

Número de lojas: 71.372

Número de check outs: 163.216

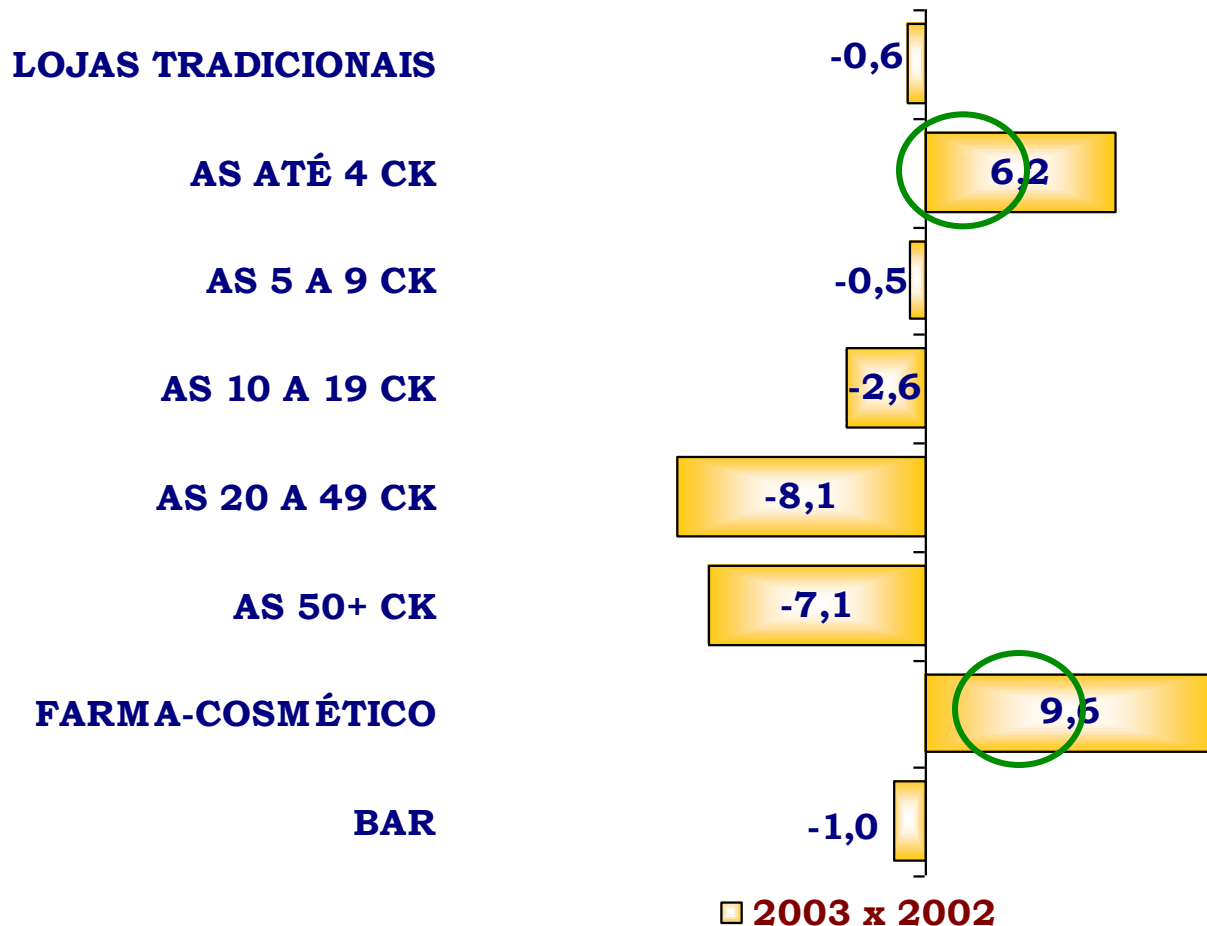
Número de funcionários: 739.846

Área de vendas em m² : 17,8 milhões

Setor de auto-serviços em 2003

Fonte: Ranking Abras edição 2004- Fundação Abras/ACNielsen

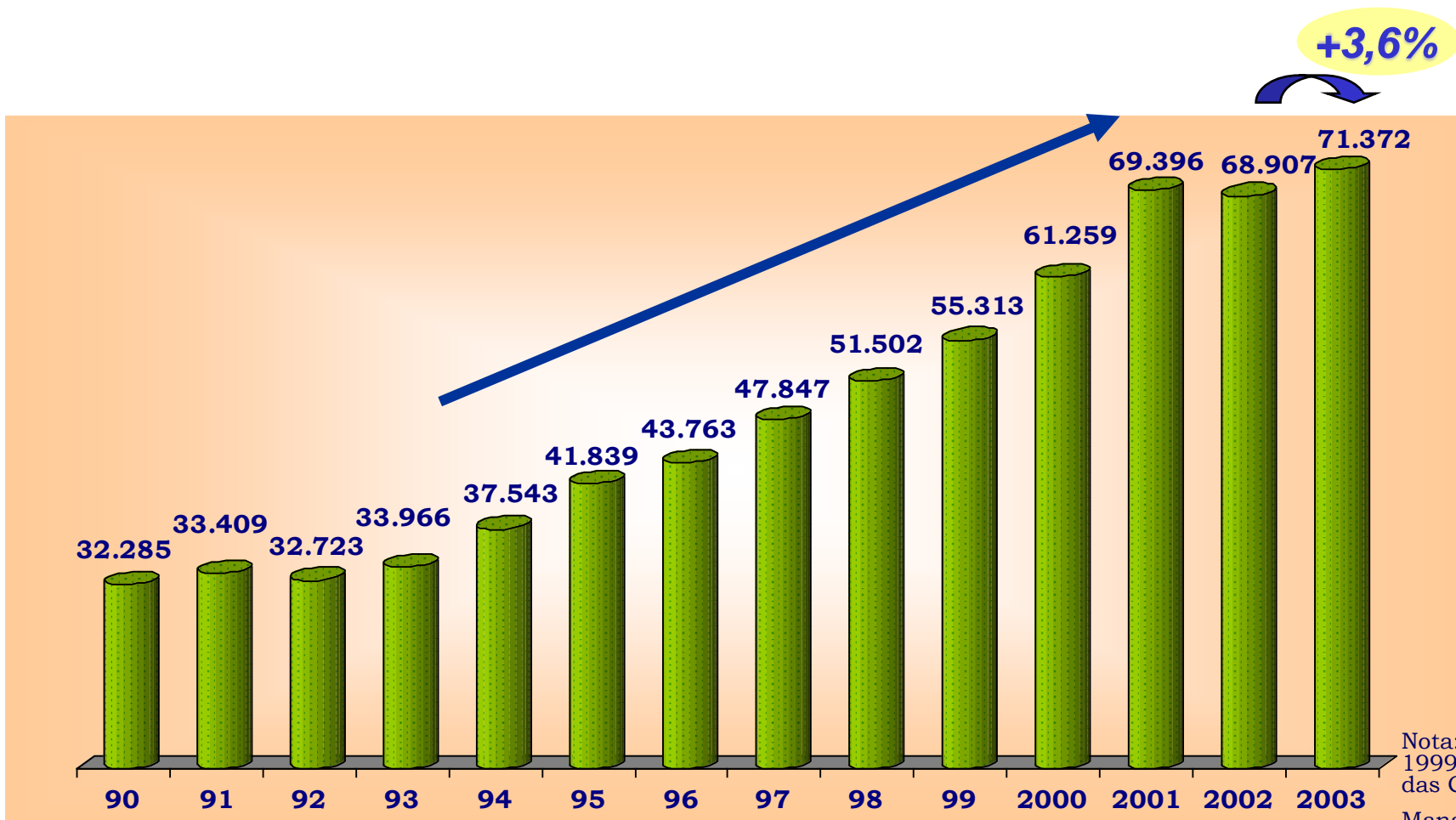
DIANTE DESSE CONTEXTO ADVERSO, O CONSUMIDOR BUSCA ALTERNATIVAS DE LOCAIS DE COMPRA



Variação % de Volume nos Canais de Venda - Total Brasil - Base: 153 Categorias de Produtos
Fonte: Índice ACNielsen de Varejo



POR OUTRO LADO, O NÚMERO DE LOJAS QUE OPERA POR AUTO-SERVIÇO AUMENTA 3,6%, ACIRRANDO A CONCORRÊNCIA



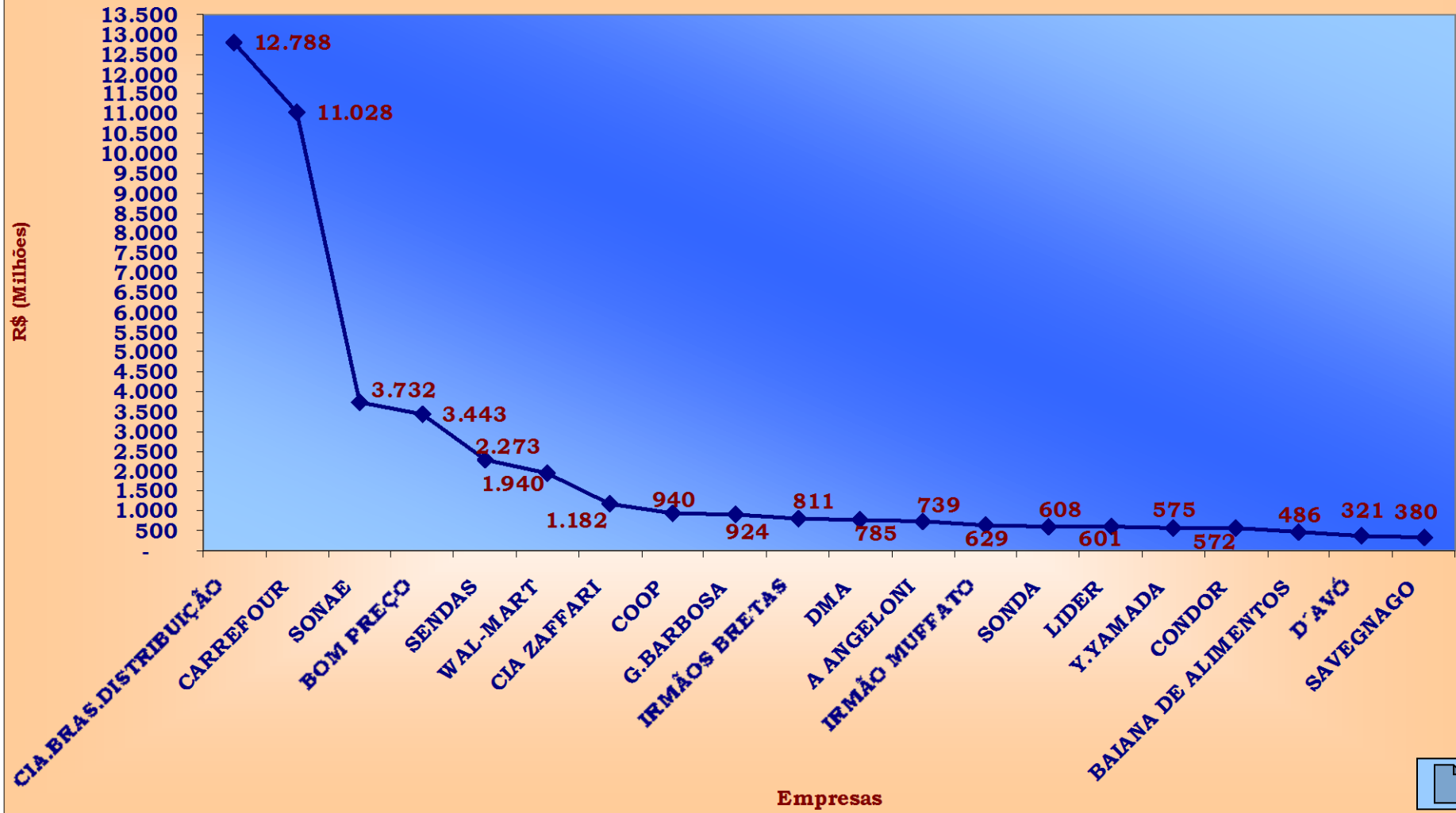
Evolução do número de lojas – setor auto-serviços
FONTE : Estrutura do Varejo Brasileiro - ACNielsen

Nota: A partir de 1999 inclui lojas das Capitais:

Manaus, Belém, São Luis e Teresina



FATURAMENTO – 20 MAIORES EMPRESAS



EVOLUÇÃO DA ESTRATÉGIA LOGÍSTICA



- **ANOS 70: “GERENCIAMENTO DE CUSTO”**

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 a exploração da sinergia.

- **ANOS 80: “INTEGRAÇÃO INTERNA”**

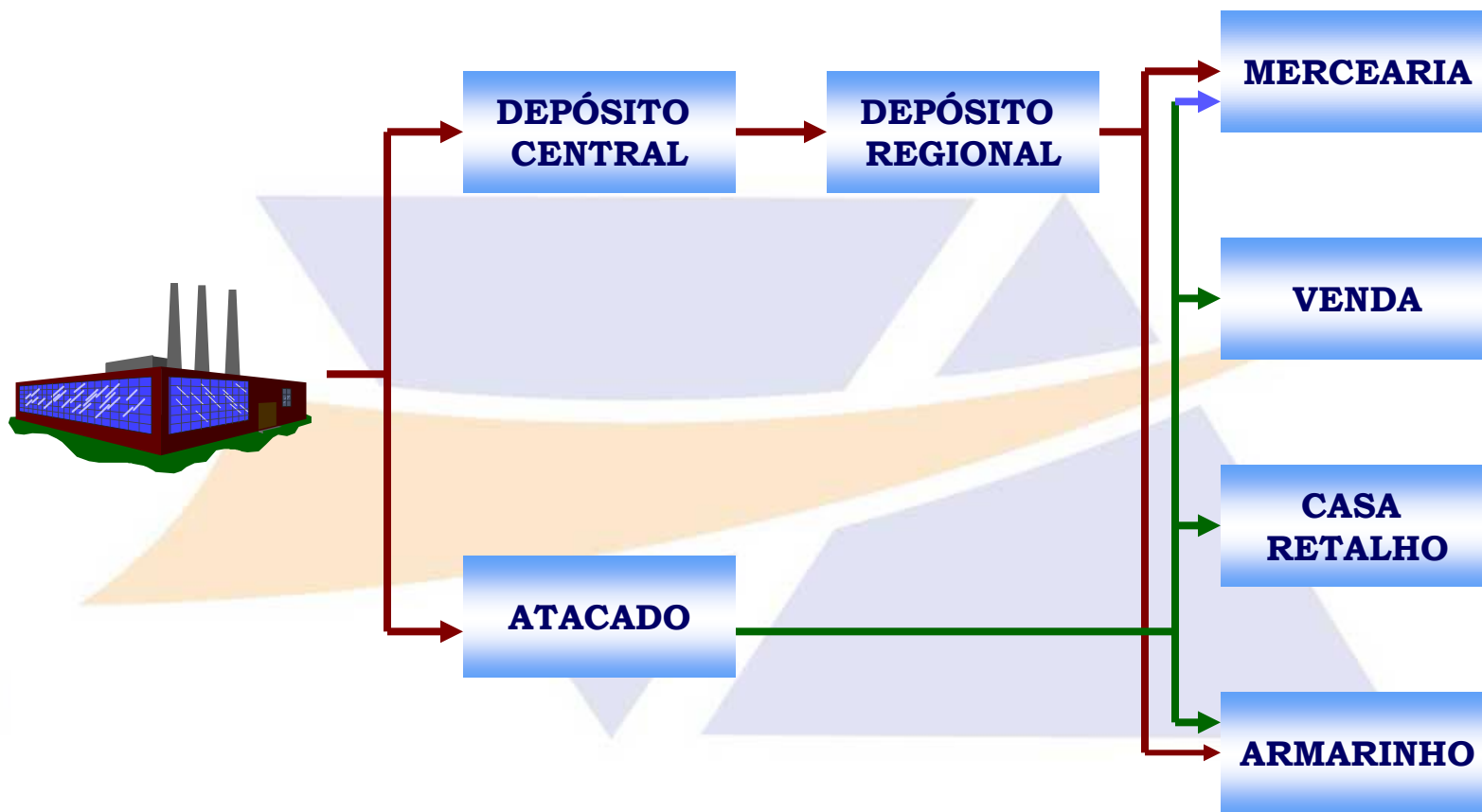
Desregulamentação do transporte, a rápida expansão econômica e o desenvolvimento de sistemas de informação ofereceram oportunidades de “trade-offs” nas funções logísticas. O foco foi a integração funcional.

- **ANOS 90: “PIPELINE LOGISTICS MANAGEMENT”**

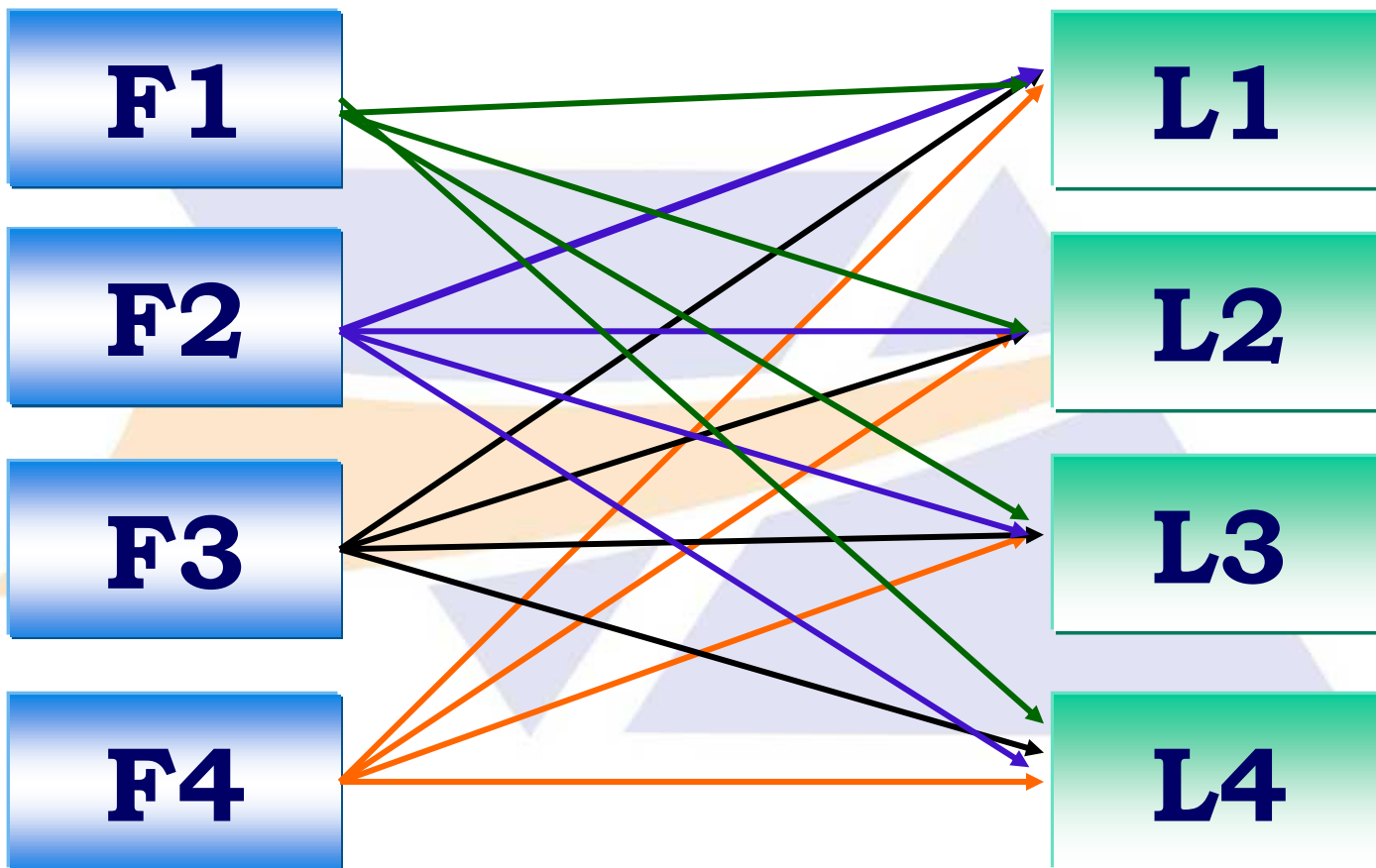
Integração de esforços ultrapassam as fronteiras da empresa para otimização do sistema de distribuição. Formação de parceria e alianças para aumentar flexibilidade, reduzir custos e tempo no sistema de distribuição. É a nova chave do sucesso: “A SATISFAÇÃO DO CLIENTE”.



DISTRIBUIÇÃO - VAREJO CONVENCIONAL



VAREJO SUPERMERCADO

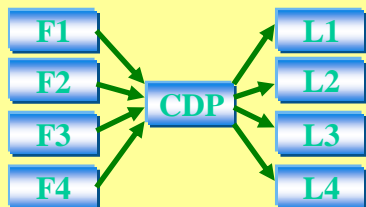


OTIMIZAÇÃO DOS PROCESSOS DA CADEIA DE ABASTECIMENTO DO VAREJO

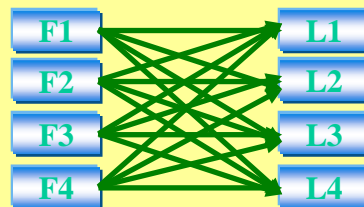


SISTEMAS TRADICIONAIS

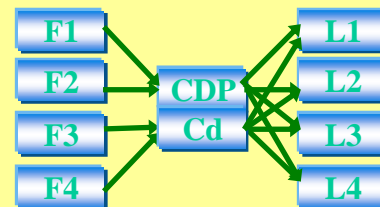
EDD - Entrega Direta Depósito



EDL - Entrega Direta Loja

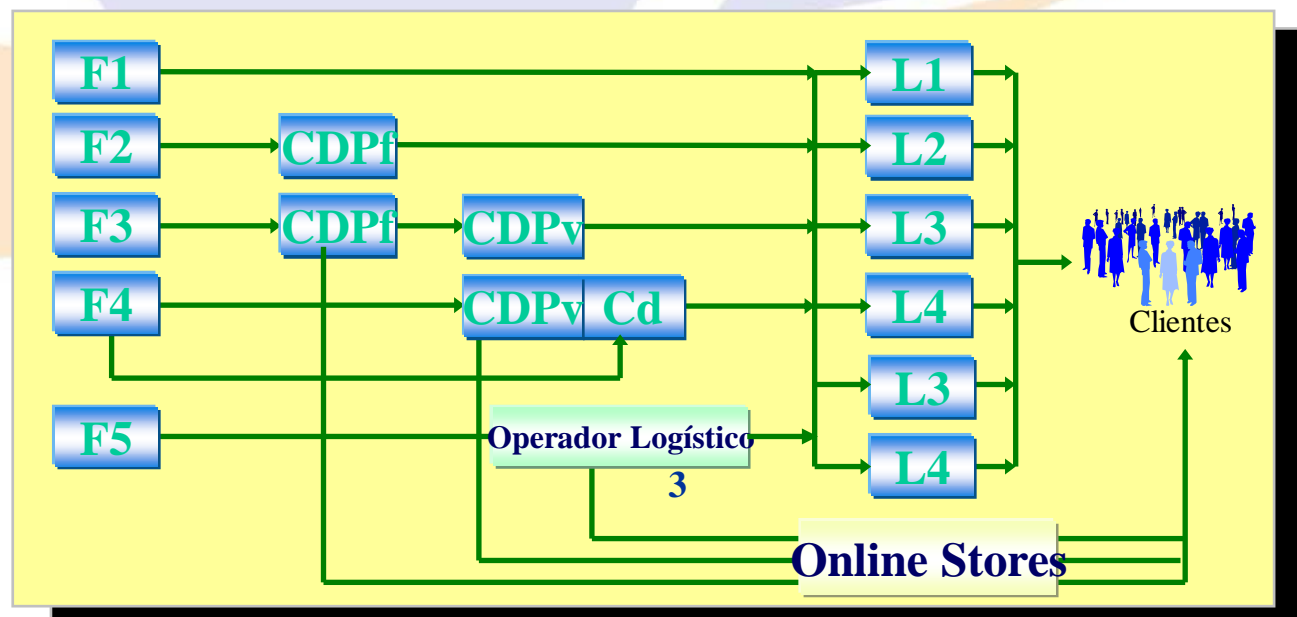


ECD - Entrega Cross Docking



SISTEMA ÓTIMO DE ABASTECIMENTO

Varia para cada tipo de produto - vários sistemas em um só !

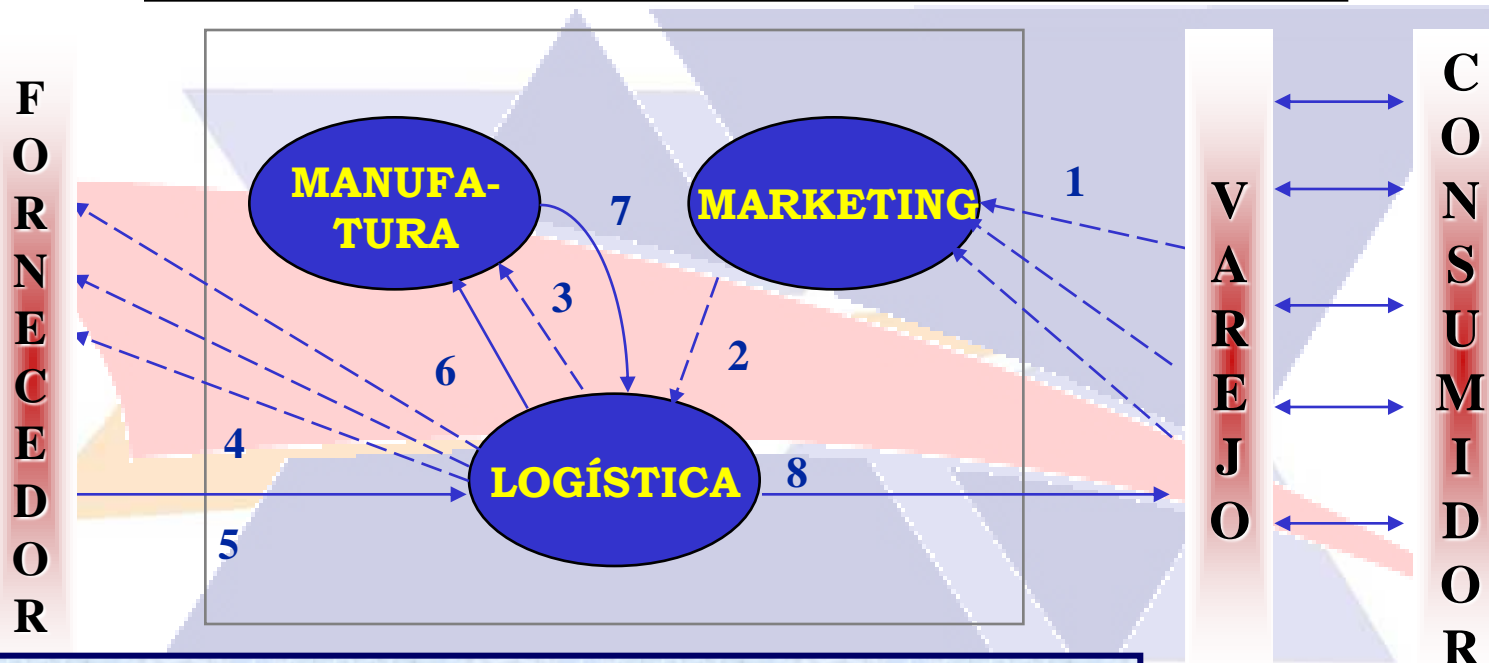


LOGÍSTICA INTEGRADA



Legenda:

- | | | |
|---------------------------|--------------------------|--------------------|
| 1- Demanda do Mercado | 4- Planej. da Produção | 7- Produto Acabado |
| 2- Previsão de Vendas | 5- Fornec. Matéria-prima | 8- Distribuição |
| 3- Programação de Compras | 6- Abastec. Produção | |



Fluxo Contínuo sem Restrições:

- | | |
|-------------------------------|----------------------------------|
| ⏴ Tempo (Lead Time/OCT) | ⏴ Qualidade (Serviço ao Cliente) |
| ⏴ Espaço (Estoque/Inventário) | ⏴ Lucratividade (Valor/Custos) |

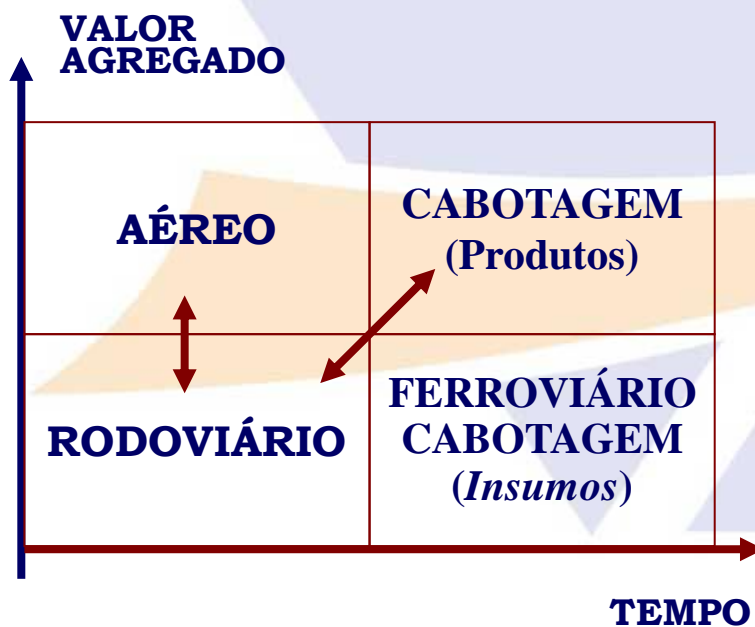


“...É PARTE INTEGRANTE DO PROCESSO DA CADEIA DE ABASTECIMENTO QUE PLANEJA, IMPLEMENTA E CONTROLA DE FORMA EFICAZ E EFICIENTE O FLUXO E ARMAZENAMENTO DE BENS, SERVIÇOS E INFORMAÇÃO RELACIONADA, DESDE O PONTO DE ORIGEM AO PONTO DE CONSUMO DE MODO A ATENDER AOS REQUISITOS DOS CLIENTES”.

(Council of Logistics Management, 1998)

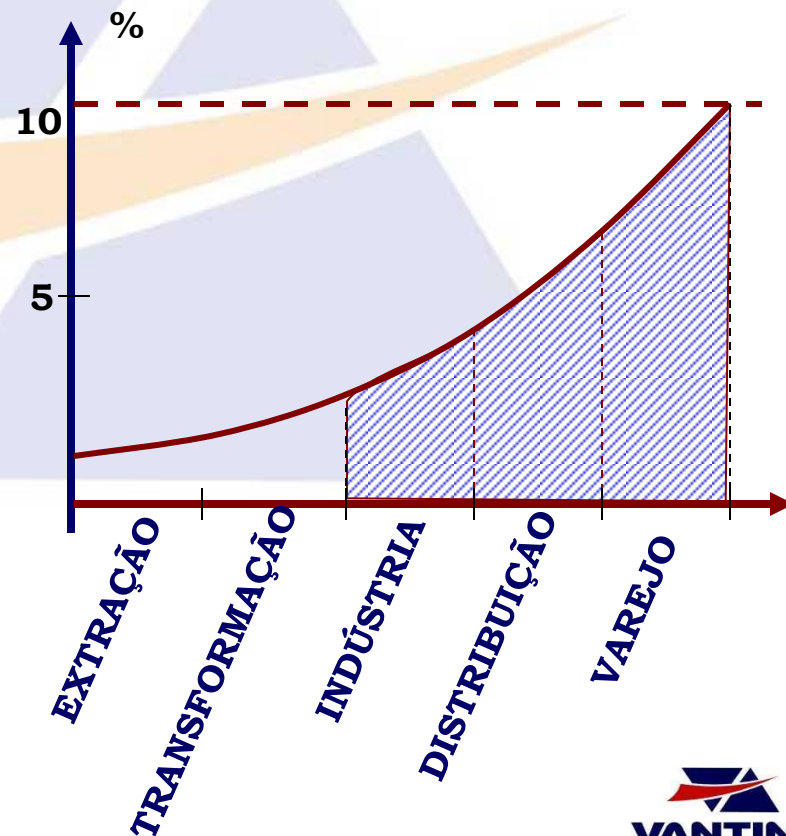
CULTURA TÉCNICA

→ FATORES CLÁSSICOS:



NOVAS PREMISAS

→ O VALOR DA LOGÍSTICA - CORRELACIONAL

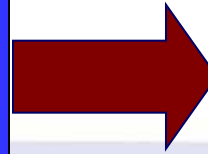


ESTRATÉGIA: LOGÍSTICA E VENDAS

DISTRIBUIÇÃO FÍSICA / GESTÃO DE ESTOQUES



**PLANEJAMENTO
&
MODELAGEM**



**O PRODUTO/MERCADORIA
MAIS PERTO DO CLIENTE/
CONSUMIDOR NA HORA QUE
ELE DESEJA E PELO CUSTO
QUE QUER PAGAR**

JUST IN

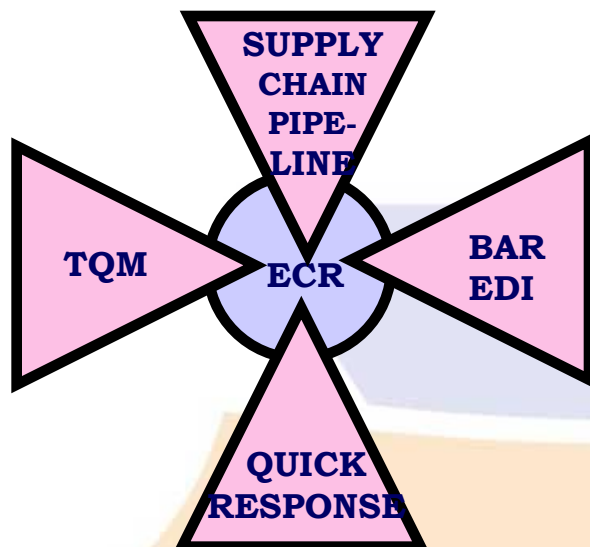
DELIVERY ON

FAST CYCLE

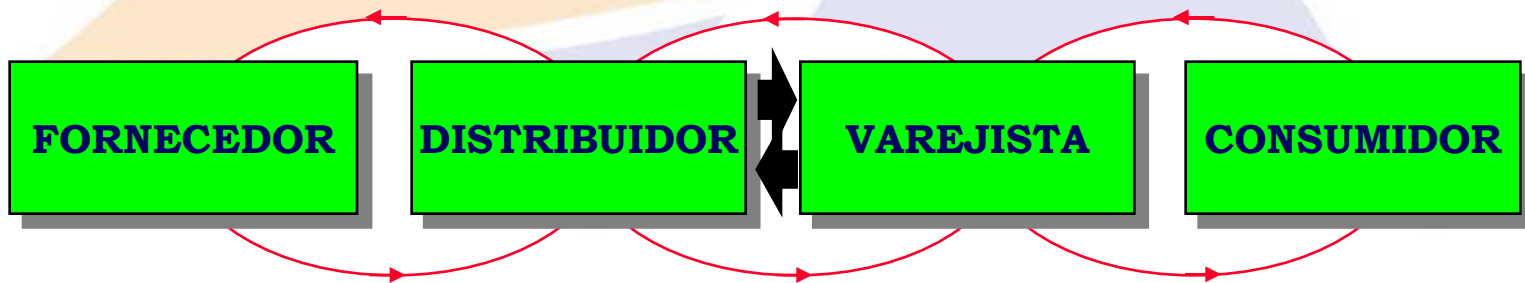
TIME



ECR: EFFICIENT CONSUMER RESPONSE



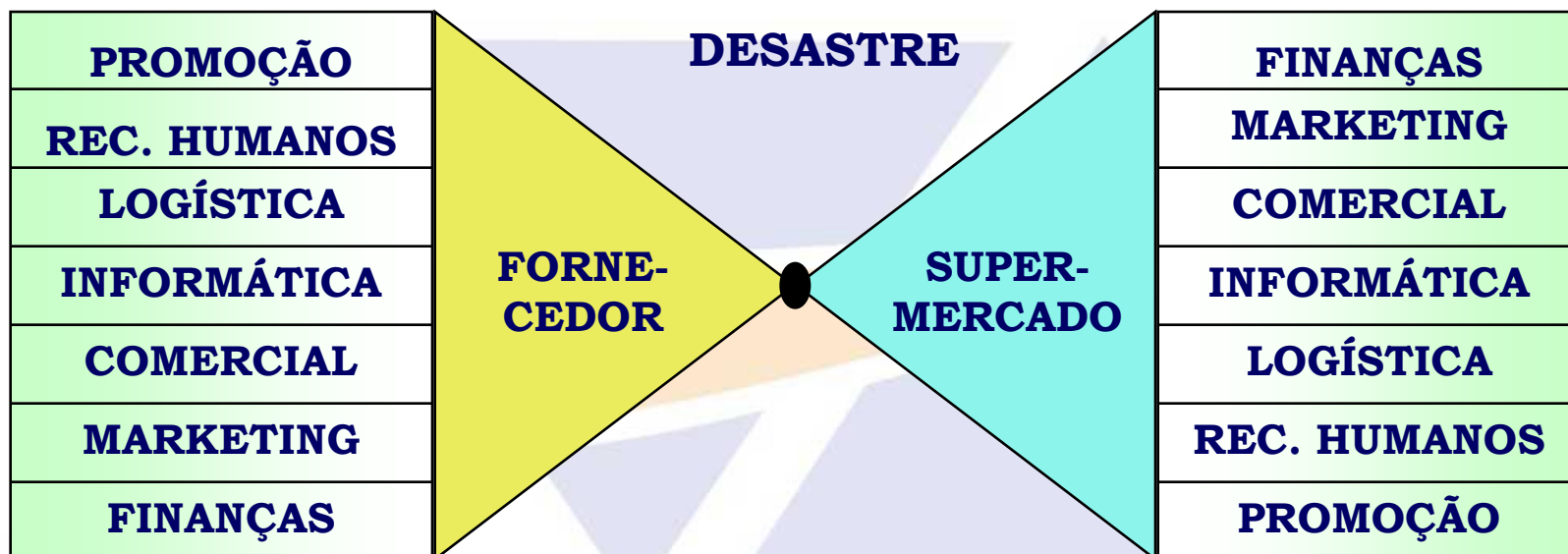
ECR: ESTRATÉGIA DE PARCERIA ENTRE FORNECEDORES / DISTRIBUIDORES / VAREJISTAS, COM O OBJETIVO DE AGREGAR VALOR AO CONSUMIDOR FINAL



→ FLUXO DE INF. SEM PAPEL
← FLUXO CONTÍNUO DE PRODUTO



RELAÇÃO CLIENTE / FORNECEDOR: FOCO TRADICIONAL

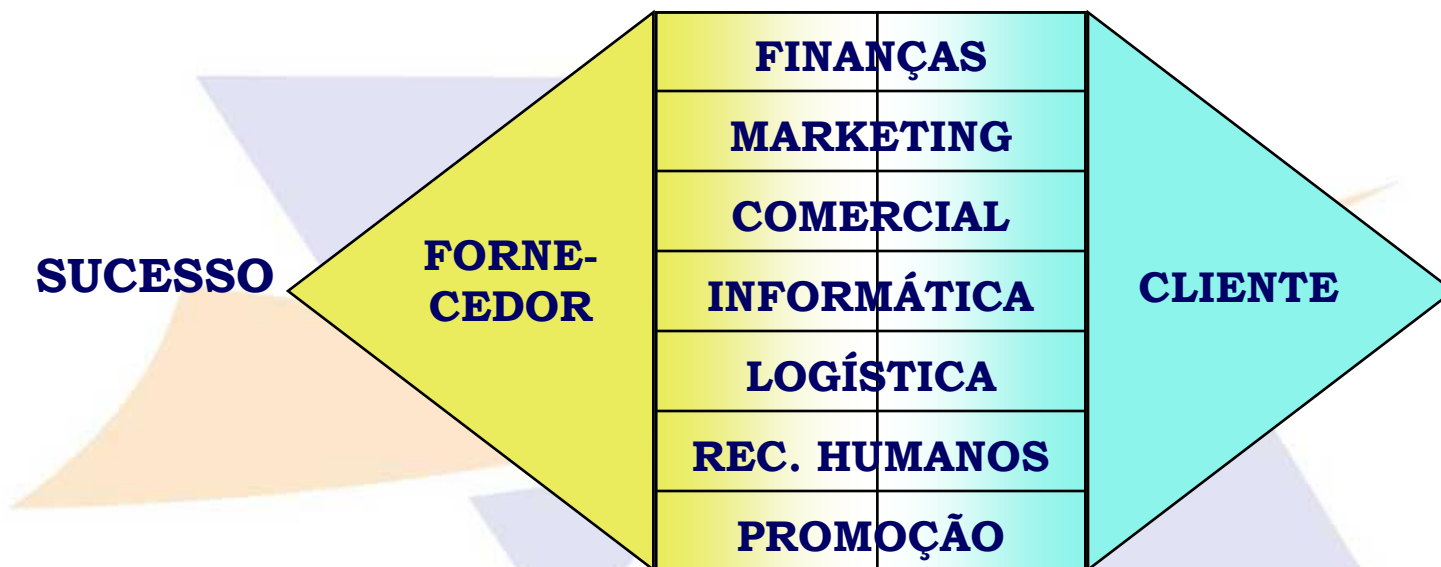


VENDEDOR → COMPRADOR

CONTAS A RECEBER → CONTAS A PAGAR

MOTORISTA DO CAMINHÃO → CONFERENTE

RELAÇÃO CLIENTE / FORNECEDOR: FOCO ATUAL



SINERGIA OPERACIONAL = SUCESSO

SUCESSO = LUCRATIVIDADE = CLIENTE SATISFEITO

NEXT GENERATION...



**(COLLABORATIVE
PLANNING,
FORECASTING AND
REPLENISHMENT)**

CPFR

- ✓ **CRIAR ALIANÇA ESTRATÉGICA “ FRONT END” .**
- ✓ **CONDUZIR PLANEJAMENTO DE NEGÓCIO DE FORMA INTEGRADA.**
- ✓ **DESENVOLVER PLANOS DE VENDAS COORDENADO.**
- ✓ **CRIAR PROGRAMA DE PRODUÇÃO CONJUNTO E INTEGRADO AO PLANO DE VENDAS.**
- ✓ **GERAR PEDIDOS DE COMPRA A PARTIR DE PEDIDOS DE VENDAS.**
- ✓ **MANTER CICLO CONTINUO ENTRE PARCEIROS DA CADEIA DE ABASTECIMENTO.**

**“NESTA ERA DE MUDANÇAS
DRAMÁTICAS, OS QUE TEM SEDE
DE APRENDER, HERDARÃO O
FUTURO. OS QUE ACREDITAM
QUE JÁ SABEM TUDO, VÃO
DESCOBRIR QUE ESTÃO
PREPARADOS PARA VIVER
EM UM MUNDO QUE JÁ NÃO
EXISTE MAIS !”**

Eric Hofer





A Marca da Logística

