

AGORA MENSAL

ANO VI - Nº 39

LOGÍSTICA

AGOSTO 1996

MODERNA

11 0896



A NOVA CARA DO ATACADO

Unindo telemarketing e modernos recursos logísticos, o setor atacadista transformou-se em importante canal de distribuição

ENTREVISTA

Alair Martins fala como sua empresa se tornou a maior da América Latina

LOGIS TOP

Logística Moderna vai premiar o melhor usuário, o melhor profissional e os melhores fornecedores

FENASOFT

Sucesso que se repete a cada ano

ÁGUIA SISTEMAS DE ARMAZENAGEM

MAIS EFICIÊNCIA NA ESTOCAGEM E MOVIMENTAÇÃO DE SEUS PRODUTOS



Melhor atendimento a seus clientes, desenvolvimento constante de novos produtos, projetos e soluções cada vez mais criativas: este é o objetivo da **ÁGUIA**.

Uma equipe de técnicos e vendedores está à disposição para ajudar a resolver todo e qualquer problema de armazenagem que sua empresa necessite.

◀ **PORTA PALLETS ÁGUIA:** Colunas sem emendas e longarinas em perfil aberto possibilitando pintura em toda superfície da peça.

NEI-56699

▶ **MONTA CARGA ÁGUIA:** Com estrutura independente possibilita dimensões variáveis. Capacidade de 250 à 2.000 Kg.

NEI-56695

▶ **ESTANTE ÁGUIA:** Com exclusivo sistema de encaixe elimina por completo o uso de parafusos.

NEI-56696



▶ Resistente, leve e funcional o **CONTAINER ÁGUIA** é auto empilhável tanto montado como desmontado.

NEI-56697

▶ **MEZANINO ÁGUIA:** De montagem rápida e estrutura dimensionada em função da sobrecarga necessária.

NEI-56698



ÁGUIA
Sistemas de Armazenagem

RODOVIA PR 151 - KM 116 - 84.072-040 - PONTA GROSSA-PR - C. POSTAL 1018 - FONE: (0422) 25 1566
FAX: (0422) 23 3149 - SÃO PAULO-SP: (011) 814 4666 - RIO DE JANEIRO-RJ: (021) 542 3195
SÃO JOSÉ DO RIO PRETO-SP: (0172) 24 4323 - SALVADOR-BA: (071) 358 2277

Carta ao leitor

O setor distribuidor atacadista, que foi visto durante muito tempo como um mero intermediário das relações comerciais, assumiu definitivamente seu papel logístico na cadeia de abastecimento, funcionando como prestador de serviços para o varejo e a indústria. Lançando mão das mais modernas tecnologias, as empresas do setor já servem de exemplo no que se refere à utilização de sistemas operacionais voltados para a agilização de todo o processo de distribuição e mostram que têm o potencial e a eficiência necessária para competir numa economia globalizada.

Focada no sistema de telemarketing e operações logísticas utilizadas no setor distribuidor atacadista, a matéria de capa deste mês mostra a nova cara do atacado abordando as estratégias que as empresas têm adotado



para manterem-se sintonizadas com as novas tendências de mercado, agregando cada vez mais valor aos serviços que prestam.

Para completar, a revista traz uma entrevista exclusiva com Alair Martins do Nascimento, um dos maiores empresários do país, que comanda o

grupo Martins, maior distribuidor atacadista da América Latina. Alair mostra como a movimentação, armazenagem, transporte e automação eficientes podem fazer diferença no desempenho de uma empresa.

Outro destaque desta edição é o LOGIS TOP, prêmio que a Revista Logística Moderna está lançando para condecorar os profissionais que têm trabalhado para melhorar a qualidade e a eficiência dos processos logísticos no País. Prêmio esse, que vem de encontro à comemoração dos 10 anos da Vantine & Associados, que neste período deu importante contribuição para o desenvolvimento da logística no Brasil. A revista traz também a cobertura da Fenasoft destacando todo o planejamento logístico necessário para a viabilização do maior evento de informática da América Latina.

LOGÍSTICA MODERNA

Logística Moderna é uma publicação mensal da Vantine & Associados e Belver Editorial dirigida a profissionais das áreas de Movimentação de Materiais, Armazenagem, Embalagem, Transportes, Distribuição Física, Suprimentos e Sistemas de Automação.

Circulação: Nacional
Distribuição: Gratuita
Tiragem: 12.000 exemplares

Diretor Responsável:
José Geraldo Vantine

Redação

Diretor:
Valdeci Verdelho
Editora Assistente:
Silvana Ribeiro
Repórteres:
Denise Chaves, Guilherme Sierra, Lúcia Longo, Simone Paulino, Sílvia Martinelli
Foto de Capa: Tais Falcão
Jornalista Responsável:
Valdeci Verdelho
MTb 12.070 SP

Publicidade

Diretor:
Alvaro Belizzia Neto
Assistentes Comerciais:
Haydée Zanetti Guerra, Danilo Schiffini,
Fabio Guimarães Costa

Editoração Eletrônica

House Editorial

BELVER EDITORIAL

Rua Henrique Schaumann, 414 - 3º andar
CEP 05413-010 - São Paulo - SP
Tel: (011) 3064-9713
Fax: (011) 852-1785

Filiada à



Coordenação Técnica



Rua Cônego Eugênio Leite, 97
CEP 05414-010 São Paulo - SP
Tel: (011) 853-5444 Fax: (011)
3064-9733

Diretor Geral:
José Geraldo Vantine
Diretora Administrativa Financeira:
Sandra Regina Barbosa
Coordenadora de Marketing e Serviços:
Isabel Cardeal do Carmo

CONSELHO EDITORIAL

CARLOS NELSON
CÉSAR SUAKI DOS SANTOS
DURVAL MOTTA
FLORIANO AMARAL GURGEL
LUIZ AUGUSTO DE CAMARGO OPICE
LUIZ FERNANDO NOVAES
OFÉLIA TORRES
ROBERTO TEIXEIRA
SERGIO DÓRIA

DESTAQUES 6

Vantine & Associados completa 10 anos de atuação no mercado

ENTREVISTA 14

Alair Martins, presidente do Grupo Martins, fala como a racionalização de processos transformou sua empresa na maior da América Latina

TRANSPORTES 34

Montadoras apresentam novas linhas de caminhões leves e pesados

LOGISPOINT 10

Marcelo de Castro Fernandes, diretor superintendente do SAM's Club fala sobre os processos logísticos trazidos pela Wal-Mart para o Brasil

CAPA 24

Setor distribuidor atacadista encontra no telemarketing um dos recursos para prestar serviço e melhor atender os clientes



MOVIMENTAÇÃO 12

Ações planejadas garantem o sucesso da Fenasoft



DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL 20

Logistrans debate a questão do frete

Douglas Lambert, especialista em logística, vem ao Brasil para participar de seminário internacional de logística

CARTAS DOS LEITORES

*Gostaria de cumprimentá-los pelo excelente nível da publicação **Logística Moderna**, a qual prima pela objetividade com que trata a logística na cadeia produtiva, desde a fabricação até a distribuição. Permíta-me complementar o rol de profissionais a que esta publicação é dirigida, incluindo os profissionais de compras, que hoje não se limitam a negociar preços dos produtos e assumem a posição de gestores de compras, cuja a função é promover a melhor relação com seus fornecedores através de um processo de parceria, que extrapola a antiga busca do menor custo e objetiva o melhor preço do produto/serviço prestado. Como representante da Mercedes-Benz do Brasil junto à comissão de informática da ANFAVEA, no âmbito da subcomissão de EDI (Intercâmbio Eletrônico de Dados), gostaria de ressaltar a importância da otimização dos processos de logística na cadeia produtiva, como fator de aumento de competitividade, onde a*

informática tem desempenhado um papel fundamental. Solicito incluir-me como recebedor desta publicação.

Antonio Cesar Leandro
Analista de Informação de Material
Mercedes-Benz do Brasil
São Bernardo do Campo - SP

*Solicito a minha inclusão na lista de distribuição da revista **Logística Moderna**.*

Eduardo Wantuil de Freitas Jr.
Assessor Programa Distribuidores
Shell Brasil S.A.
Rio de Janeiro - RJ

*Gostaria de começar a receber a edição mensal da revista **Logística Moderna**.*

Wagner Augusto Sarpi
Supervisor de Vendas
La Colina Exportadora, Importadora e Representações Ltda.
São Paulo - SP

Somos uma empresa de consultoria em administração de materiais, logística e qualidade em sua fase de implantação. Vimos a revista em um cliente e gostamos do conteúdo. Desejaríamos recebê-la.

Délvio Venanzi
Time Assessoria & Consultoria
Empresarial
Sorocaba - SP

*Venho manifestar o nosso interesse em fazer parte do grupo de assinantes da revista **Logística Moderna**. Encaminho os dados de nossa empresa para que possamos brevemente começar a receber os exemplares.*

José Antonio G. de Carvalho
Diretor
Farminvest Agroindustrial e Agropecuária Ltda.
São Paulo - SP

**EXISTE
LÓGICA
EM
ARMAZENAR E TRANSPORTAR.**

**EXISTE
DI-CI
A
LÓGICA DA
LOGÍSTICA.**

Se para a sua empresa o processo de logística, armazenagem e transporte é um bicho-de-sete-cabeças, para nós da DI-CI é uma questão de lógica. Simplesmente porque há mais de 17 anos pensamos e trabalhamos seguindo uma filosofia de dar continuidade à sua empresa. A DI-CI é uma extensão da sua empresa nos canais de distribuição. Não é à toa que temos o maior cuidado em cada etapa dos processos: 18 mil metros de área de armazenagem, a mais completa higienização das instalações, todos os departamentos informatizados, segurança 24 horas por dia, seguros com cobertura total, profissionais altamente capacitados e especializados e uma frota completa, equipada e atualizada. Se a sua empresa é tão exigente com logística como é com a qualidade de seus produtos, vá pela lógica, deixe a DI-CI cuidar desse assunto. Vai ser tão lógico e certo como 2 e 2 são 4. DI-CI. A lógica da logística.



A trajetória da logística no Brasil

Pioneirismo, inovação e competência caracterizam a Vantine & Associados - no ano dez, a mais importante do País no seu segmento

Em agosto de 1986, a situação da economia brasileira era de profunda inquietação por causa do Cruzado, plano econômico radical concebido para tentar controlar a inflação. Criando uma nova moeda e congelando preços e salários, o Cruzado tinha provocado um surto de consumo sem precedentes, mas àquela altura as opiniões quanto a sua possibilidade de sucesso estavam divididas. Enquanto alguns consideravam que era o momento ideal para investir, outros preferiam se retrair economicamente.

Entre os otimistas, estava o engenheiro José Geraldo Vantine, com vasta experiência na área de movimentação, armazenagem, embalagem e transporte da indústria automobilística (General Motors), que decidiu montar seu próprio escritório de consultoria e difundir a logística no País.

Um dos idealizadores e fundadores do IMAM (Instituto de Movimentação e Armazenagem), onde organizou o primeiro Movimat - simpósio de movimentação de materiais -, e da Aslog (Associação Brasileira de Logística), bem como do simpósio Transpack, que em 1982 conseguiu sensibilizar vári-

os setores do governo sobre a questão do desperdício acarretado por embalagens inadequadas, Vantine não tinha dúvida de que o mercado estava carente de consultorias



VUC: participação da V&A

especializadas em logística. Conceito pouco conhecido na época pelas empresas nacionais, mas que viria a ser de fundamental importância para todos os setores produtivos. Assim, em agosto de 1986 nascia a Vantine & Associados, na época a primeira e única consultoria de logística do Brasil. Gerenciando logo de início seis projetos, a consultoria foi estruturada sobre dois tripés, como reforça sua logomarca, integrando conhecimento, com serviço e treinamento aliada a criatividade, competência e experiência. Tal formatação diferenciou o estilo Vantine de consultoria, voltado para soluções específicas de logística.

Passados dez anos, a empresa, que hoje atua tanto no desenvolvimento de projetos (estratégica logística, distribuição física, produtividade etc.) quanto na realização de seminários nacionais e internacionais e jornadas técnicas, é uma das mais importantes desse segmento no País. Sua trajetória tem mais de 200 projetos realizados e uma relação de 150 clientes incluindo, entre outros, organizações como Xerox do Brasil, Supermercados Pão de Açúcar, Arisco, Mappin, Brahma, Ceval, Johnson & Johnson, Makro, Lacta, Nike, Reebok e Rede Globo; e uma revista mensal com tiragem de 10 mil exemplares, distribuída nacionalmente.

Para atingir esse ponto, desde o início de suas atividades a Vantine & Associados tem se destacado pelo pioneirismo das suas iniciativas. Em 1986, a empresa foi responsável pela criação do Departamento de Logística na ABRAS (Associação Brasileira de Supermercados), visando o aprimoramento da cadeia de abastecimento. Dois anos depois, a Vantine & Associados criou o GTP (Grupo de Paletes de Distribuição), que posteriormente se transformou no Comitê Permanente de Paletização (CPP). Assim, no início dos anos 90, a questão da paletização entrou definitivamente na pauta das grandes empresas, a consultoria, mais uma vez, toma a dianteira criando junto com o CPP o PBR (paleta padrão Brasil). Em seguida, com a mesma parceria, a Vantine desenvolveu e coordenou a criação do CDU (Comitê de Distribuição Urbana), que entre as muitas sugestões para solucionar os problemas de distribuição urbana, lançou este ano o VUC (Veículo Urbano de Carga).

Ainda em 1988, a Vantine & Associados organizou e fez a coordenação do primeiro mega evento de logística da América do Sul: Logistech Brasil, com 60 palestras em cinco dias. No mesmo período foi realizada a primeira Eurolog, missão técnica em logística, que visitou seis países.

Com propostas modernizantes e idéias inovadoras, a Vantine & Associados precisava de um espaço próprio para veicular os novos conceitos em relação à logística. Assim, em 1990, era lançado o "Jornal da Logística", que posteriormente passaria a se chamar "Revista da Logística" e, depois, "Logística Moderna", uma revista mensal com 10.000 exemplares, distribuída gratuitamente a profissionais das áreas de movimentação e armazenagem de materiais, embalagem, transporte, distribuição física e suprimentos em todo o Brasil.

Outra iniciativa que bem caracteriza o pioneirismo da Vantine & Associados ocorreu em 1992, com a criação do grupo de Benchmarking. Reunindo 20 empresas, além do Instituto de Logística da Aeronáutica e do II Batalhão de Logística do Ministério do Exército, seu objetivo era criar a cultura do Benchmarking, abrir canais diretos e desenvolver índices nacionais de desempenho. Tudo sempre focado na maior satisfação dos clientes internos e externos.

Mas os grandes acontecimentos em 1993 seriam os projetos de parceria internacional. Logo no início do ano, a Vantine & Associados promovia a sua primeira jornada técnica ao exterior, com representantes de 12 empresas que foram a Londres e a Paris conhecer avançados projetos na área de logística e participar de seminários exclusivos. E, no segun-

do semestre, a Vantine & Associados celebrava um acordo com a UNF (University of North Florida), localizada em Jacksonville, e responsável por concorridos cursos de graduação e mestrado na área de logística. Como interlocutor desse acordo dentro da universidade, a empresa brasileira teria ninguém menos que Douglas Lambert, PhD em Logística e Marketing, famoso por 300 projetos executados em universidades e organizações de porte.

Um dos primeiros resultados da parceria com a UNF viria logo no ano seguinte, com a realização da Interlog USA, uma jornada técnica de dez dias aos Estados Unidos, incluindo visitas e um seminário. Ainda em 94, por iniciativa da Vantine & Associados, surgia o Logispot, o clube de logística que constitui um espaço para encontros mensais dos profissionais do setor, quando são apresentadas palestras de interesse comum e tem-se a oportunidade de debater temas que estão na ordem do dia.

Neste ritmo, atualmente a Vantine & Associados vem trabalhando em propostas importantes para a comunidade. Além de estar diretamente envolvida com o desenvolvimento de soluções logísticas para a Zona Franca de Manaus, visando a otimização das operações na região, para enfrentar a competitividade internacional, a consultoria tem propostas para o problema de congestionamento nas vias marginais que cortam a cidade de São Paulo. "A proibição do tráfego de caminhões das 7h às 9h e das 15h às 17h, aliada à criação de centros de transferência e distribuição - que operassem 24 horas em regiões circunvizinhas-, mais a definição de modelos específicos de veículos padronizados

conforme a região de atendimento resolveria o problema. Porque o caminhão não é o vilão, são as vias que são mal gerenciadas", explica José Geraldo Vantine.

Com essa trajetória, a Vantine & Associados chega aos primeiros dez anos de atividades contabilizando uma imensa folha corrida de serviços prestados ao desenvolvimento dos sistemas logísticos no País, transformando a simples visão operacional da logística em estratégica. Seu décimo aniversário coincide com o momento em que, mais do que nunca, a competitividade é a palavra de ordem no mundo empresarial e a logística adquire novos contornos, deixando de ser apenas um elemento agregado para se tornar essencial no planejamento das organizações. A Vantine & Associados preconizava essa situação desde o começo da década e sente-se perfeitamente à vontade nesse cenário de novos desafios.

Antes mesmo da consolidação do Mercosul, a Vantine & Associados esteve presente na Argentina, Chile e Uruguai difundindo a logística em vários congressos e artigos publicados. Sua presença também foi marcada no Peru, Equador e Colômbia, quando seu fundador foi consultor da OEA (Organização dos Estados Unidos). Além disso, a associação junto a várias entidades internacionais, como o Institute of Logistics (Inglaterra), Asociación Française pour La Logistique (França), Centro Espanhol del Logística e Council of Logistics Managements (EUA).

Assim, somando a experiência de José Geraldo Vantine, são 24 anos de logística, o que sem dúvida permite a afirmação: logística no Brasil tem nome: Vantine & Associados.

PRÊMIO LOGIS TOP

As empresas, profissionais e fornecedores que atuam na área de logística terão a partir de agora a oportunidade de ver seu trabalho reconhecido. A revista Logística Moderna está lançando o LOGIS TOP, uma premiação voltada àqueles que têm contribuído para a melhoria da qualidade e eficiência dos processos logísticos no Brasil. O objetivo do LOGIS TOP é estimular a competitividade na empresa nacional, demonstrando a importância de sistemas logísticos bem elaborados para o desenvolvimento de uma companhia e destacando os principais responsáveis por tal trabalho.

Organizado pela Belver Editorial, responsável pela publicação da revista Logística Moderna, e apoiado pela Vantine & Associados, o LOGIS TOP será entregue anualmente para os melhores em logística em dez categorias: empresa usuária de processos logísticos; operador logístico, transportador; profissional do ano; fornecedor de produtos, serviços, equipamentos, acessórios, software e hardware em transporte, movimentação e armazenagem.

Para concorrer ao prêmio, os interessados deverão fazer a inscrição através de uma ficha, publicada na revista Logística Moderna, e enviá-la à Belver Editorial até o dia 10 de outubro. A relação dos inscritos será divulgada na edição de outubro da revista e a votação será feita pelos próprios leitores, que escolherão o melhor de cada uma das dez categorias envolvidas através de uma cédula também encartada na Logística Moderna. Os vencedores receberão o troféu LOGIS TOP e um diploma em dezembro, num evento especial a ser realizado em São Paulo.

TESTE SIGILOSO

Uma nova opção de carroceria aberta, feita com engradado de compensado naval, material de fibras resistentes contra as intempéries, será apresentada ao mercado até o início de 97. A novidade já está sendo testada por um cliente da fabricante mineira Mambrini, especializada em carrocerias de madeira.

REFORÇO NA FROTA

A Gabardo, transportadora de Porto Alegre (RS), e a Lord, que transporta gases e produtos químicos, com sede em Paulínia (SP), ampliaram suas frotas. A empresa Gabardo adquiriu sete caminhões e cegonheiras de três eixos especiais, para o transporte de veículos. A Lord comprou 15 cavalos mecânicos, para o transporte e distribuição de grandes volumes químicos.

LOCAÇÃO DE EMPILHADEIRAS

A Suporte, empresa que atua no segmento de locação de empilhadeiras, é a nova contratada da Brahma. A empresa venceu a concorrência para assumir as operações de movimentação de matérias-primas e produtos acabados na Cervejaria Águas da Serra, uma das maiores fábricas da Brahma, instalada em Guarulhos (SP). Criada há três anos, a Suporte utiliza na prestação de serviços de movimentação as empilhadeiras da marca Komatsu.

NA INTERNET

agora está na Internet.

O endereço da home

page é [http://](http://www.originet.com.br/vantinelogistics)

www.originet.com.br/

[vantinelogistics](http://www.vantinelogistics.com.br)

e o E-mail

[vantinelogistics](mailto:vantinelogistics@ibm.net)

@[ibm.net](mailto:vantinelogistics@ibm.net).

FÁBRICA DE CARROÇARIAS E
ARTEFATOS DE MADEIRAS

SANTA ROSA

- > Pallets PBR
- > Pallets One-Way
- > Pallets de Madeira Dura
- > Carroçarias de Madeira
- > Madeiras em Geral

Rua Margarida Rolcka Brunelli, 493
Qd. 23 Bebedouro-SP - 14700 000

TEL: (0173) 42-1366

42-6105

FAX: (0173) 42-627

RESPIRA SÃO PAULO

A Secretaria Estadual do Meio Ambiente e a Cetesb (Companhia de Tecnologia e Saneamento Ambiental) lançaram a campanha Respira São Paulo, visando melhorar a qualidade do ar na região metropolitana da cidade. A Spal Indústria Brasileira de Bebidas, fabricante e distribuidora da Coca-Cola, foi a primeira empresa a aderir à campanha do Governo do Estado de São Paulo, com um programa de gestão ambiental e implantando um projeto piloto de controle de poluição dos veículos movidos a óleo diesel. A meta é alcançar um modelo de excelência no autocontrole da emissão de fumaça de sua frota de mil caminhões. Para incentivar outras grandes frotas de caminhões de entrega urbana a participarem da iniciativa, a Secretaria Estadual do Meio Ambiente, juntamente com a Cetesb, instituiu o Prêmio de Qualidade de Frota. A classificação será estabelecida após vitórias realizadas pela Cetesb nas garagens das empresas inscritas, além de um levantamento de multas aplicadas durante o período de vigência do concurso. A empresa que obtiver melhor pontuação receberá certificado e o direito de exibir selo atestando a qualidade da frota por um ano.

A CAMINHO DA EFICIÊNCIA

A rede varejista Ponto Frio, dona de 200 lojas espalhadas pelo Brasil, acaba de ampliar e reformular seu depósito no Rio de Janeiro. Com a área total aumentada para 30.000 metros quadrados, o depósito funciona utilizando os mais modernos conceitos de movimentação e armazenagem de materiais. Toda a separação e expedição das mercadorias é controlada através de sistemas de código de barras e equipamentos com tecnologia de radiofrequência. A adoção de tais procedimentos faz parte da primeira etapa do planejamento da empresa, que pretende implantar em toda a rede o conceito de ECR (Efficient Consumer Response).

MAIS ÁGIL

Em busca de agilidade no atendimento às suas concessionárias autorizadas, a BMW do Brasil terceirizou os serviços de logística de sua rede. Após concorrência internacional, a parceria foi firmada com a DDF Logística e Distribuição Física, subsidiária da Philips do Brasil, que ficou encarregada da entrega de peças para reposição dos veículos de tal marca, em todas as concessionárias, itens que saíram da central de distribuição da DDF, instalada próximo ao Aeroporto de Cumbica, em São Paulo. Também no segmento de autopeças, a DDF, passou a atender a fabricante de juntas homocinéticas, anéis e componentes Albarus, pertencente ao grupo norte-americano Dana Corporation. A intenção da Albarus é reduzir o tempo de atendimento ao mercado de reposição.

TEM REMÉDIO

Fazendo distribuição de medicamentos para hospitais, farmácias, supermercados e centros de distribuição, a EMS Indústria Farmacêutica está iniciando a estruturação

PRÊMIO VANTINE

Como parte das comemorações de seu 10º aniversário, a Vantine & Associados vai premiar estudantes universitários de pós-graduação ou doutorado e profissionais da área de logística. O concurso, que terá o tema "Estratégia Logística para o ano 2000", tem por objetivo promover uma maior integração dos estudantes e profissionais com a área. O primeiro colocado ganhará uma viagem para a Interlog USA'97. Os interessados deverão apresentar um trabalho com, no máximo dez páginas à Vantine & Associados. Outras informações sobre o regulamento poderão ser encontradas na próxima edição da revista Logística Moderna.

logística de suas operações. Dona de 22 centros de distribuição, a empresa quer implantar novos métodos para melhorar seu desempenho no atendimento ao cliente.

ENTRANDO NA LINHA

Trezentos milhões de dólares. Esta é a previsão de investimentos a serem feitos na recuperação da malha ferroviária Centro-Leste, que liga os Estados de Sergipe, Bahia, Minas Gerais, Goiás, Distrito Federal, Rio de Janeiro e Espírito Santo. A estimativa é de Bernardo Figueiredo, presidente da Interfêrrea Serviços Ferroviários e Intermodais, uma das sete empresas que compõem o consórcio vencedor da concorrência para a privatização da companhia.

Juntamente com a Cia. Vale do Rio Doce, Siderúrgica Nacional, Grupo Garantia, MPE, dois Fundos de Investimentos e a Rail Tex, empresa norte-americana que opera ferrovias nos Estados Unidos, a Interfêrrea assume a partir de primeiro de setembro o comando da malha ferroviária. Entre as primeiras medidas da nova direção está a reprogramação do controle da ferrovia, com a administração centralizada em Belo Horizonte (MG), e o início da recuperação das locomotivas, para os quais serão destinados até o final do ano cerca de 30 milhões de dólares. "Acreditamos que com a melhora deste trecho do sistema ferroviário será possível transportar também produtos industrializados, descongestionando boa parte das rodovias brasileiras", enfatiza Bernardo.

Logisticamente correto

Os passos do Wal-Mart rumo à excelência operacional



Marcelo de Castro Fernandes: agilidade para melhor atender o cliente.

Caracterizada por um enorme poder de mudar paradigmas nos mercados nos quais se instala, e Wal-Mart instituiu novos métodos operacionais de recebimento de mercadoria e relacionamento com o fornecedor que mudaram a rotina do mercado varejista brasileiro. Que a maior cadeia de lojas do mundo consegue oferecer os preços mais baixos do mercado, devido à sua eficiência em termos logísticos, já é do conhecimento de todos que tiveram acesso da história do Wal-Mart. O que poucos sabem é de que maneira a empresa consegue administrar tão bem suas operações, a ponto de faturar nada menos que 93,6 bilhões de dólares em um só ano.

Durante o Logispoint, realizado em julho pela Vantine & Associados, um seletivo grupo de empresários teve a oportunidade de conhecer um pouco as estratégias da empresa norte-americana que já completou um ano

de instalação no Brasil. O palestrante do mês, Marcelo de Castro Fernandes, diretor superintendente do SAM's Club, disse que para o Wal-Mart "logística é, de uma forma mais ampla, o melhor serviço que seja possível oferecer ao cliente".

Desde que a empresa começou os primeiros contatos com fornecedores no Brasil, já se previa que muita coisa iria mudar no comportamento do mercado varejista do País. Mas mesmo sendo conhecida por trabalhar com os mais avançados conceitos de tecnologia e processos logísticos existentes no mundo, o Wal-Mart se deparou com algumas barreiras culturais, ao se estabelecer no território nacional. "Encontramos certas dificuldades quanto ao desenvolvimento de processos logísticos que já utilizávamos há muitos anos, tais como paletização e código de barras", lembrou Fernandes.

Quando desembarcou no Brasil, o Wal-Mart pretendia utilizar o paletão padrão americano que era usado nos Estados Unidos. Depois de se reunir com os fornecedores a empresa constatou que não poderia mudar as regras do jogo de uma hora para a outra, e decidiu pela utilização do PBR (Paletão Padrão Brasil), que já havia sido padronizado para o uso nas companhias brasileiras. "Adotamos essa política porque percebemos que uma posterior substituição dos paletes traria custos muito altos, tanto para os fornecedores como para o Wal-Mart", explicou Fernandes.

Depois da adoção do PBR no Wal-Mart, houve uma enorme evolução na produção de paletes padronizados no País. De acordo com estimativas do Comitê Permanente de Paletização, existem atualmente cerca de 1,2 milhão de paletes PBR em circulação, dos quais mais da metade foi produzida no ano de 1995, mesmo período em que a rede chegou ao Brasil.

Uma reação semelhante se verificou em relação à adoção de sistemas de código de barras para identificação dos produtos de consumo. Um número crescente de fornecedores dos mais variados itens correu contra o tempo para codificar os produtos, a fim de atender adequadamente às solicitações da rede.

Os passos seguidos pela rede americana que mais causaram impacto no mercado foram a implantação de sistemas de entregas programadas e a utilização dos chamados paletes displays, que além de servirem para o transporte das mercadorias, passaram a ser empregados também na área de vendas dos Clubes de Compras. Esta última mobilizou vários fornecedores, no desenvolvimento

de novas embalagens que pudessem atender às exigências da rede e ao mesmo tempo servir de propaganda de seus produtos no ponto-de-venda.

Passado um ano da abertura do primeiro SAM's Club, a situação do Wal-Mart quanto aos aspectos logísticos atingiu níveis bastante satisfatórios, de acordo com o diretor Comercial da empresa. A paletização já abrange 90% das mercadorias, sendo que os 10% restantes correspondem aos itens que não precisam ser paletizados, ou ainda os comprados em pequenas quantidades que não justificam a paletização.

Do mesmo modo, 100% dos produtos que o Wal-Mart recebe entram nas lojas em horário pré-definido. Essa metodologia, atrelada à paletização, resultou em redução de 70% a 90% no tempo de descarga das mercadorias, permitindo a elaboração de escalas de entrega de meia em meia hora, que aumentam significativamente os índices de produtividade no recebimentos dos produtos.

Além disso, as mercadorias são entregues paletizadas dentro do padrão PBR e todos os produtos envolvidos em fita plástica, para dar estabilidade durante o transporte e a armazenagem, procedimentos que possibilitam economia de tempo.

Fernandes esclareceu que esses resultados são mais que uma simples questão de implantação bem-sucedida. Ele aponta que o mais importante foi o Wal-Mart impulsionar o varejo brasileiro a investir mais em tecnologia. "Temos consciência de que fomos disseminadores de estratégias que irão melhorar a rotina de trabalho no varejo", afirmou.

Mesmo satisfeita com a performance atingida nesse primei-

ro ano de atuação no Brasil, a rede continua inovando e mostrando que pode promover mudanças ainda maiores. Um dos próximos passos, é conseguir a adesão de todos os seus fornecedores brasileiros ao Retail Link, um sistema de troca eletrônica de dados que já interliga 33 fornecedores com as cinco lojas da Wal-mart que operam no Brasil. Através do sistema, os fornecedores podem acompanhar o giro das mercadorias em cada uma das lojas.

Outro objetivo é a implantação do sistema de cross-docking, já utilizado em 30 centros de distribuição da rede nos Estados Unidos, visando melhorar o desempenho do sistema de abastecimento das lojas. De acordo com Fernandes, o sucesso de tal operação depende muito da melhora nas condições da frota brasileira. "O ideal seria os baús dos caminhões serem padronizados dando melhor aproveitamento de espaço, o que baratearia o custo do frete", comentou.

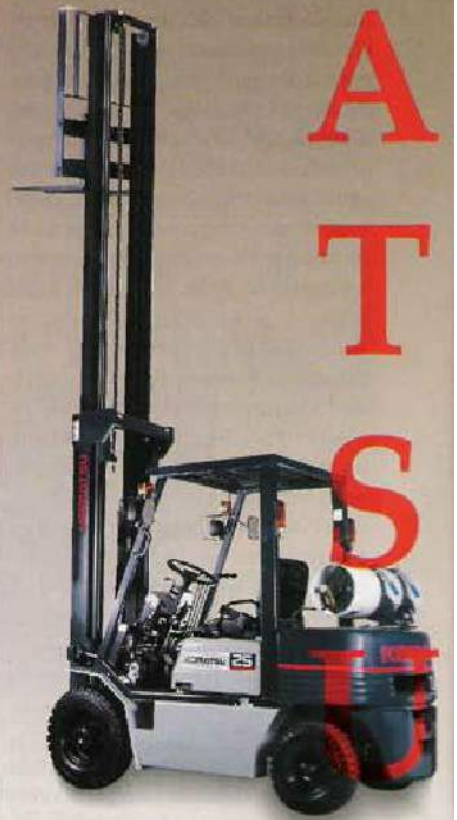
O superintendente ressaltou também a necessidade de uma real interpretação do conceito de parceria com os fornecedores que para o Wal-Mart é como "um casamento de longo prazo, no qual as duas partes farão tudo que for necessário para crescerem juntas, ultrapassando a simples relação comercial".

Na última reunião dos acionistas do Wal-Mart, o presidente internacional da companhia Bob Martin anunciou a meta de abrir 30 novas lojas fora dos Estados Unidos no próximo ano. Considerando que a atuação da rede no exterior atinge apenas Brasil, Argentina, Canadá, México, Porto Rico e Hong Kong, não é de se estranhar que novas lojas no território nacional venham por aí.

LOGÍSTICA MODERNA

CARLOS

K
• PADRÃO MUNDIAL DE
QUALIDADE
O
• MELHOR
DESEMPENHO
M
• EXCELENTE
ASSISTÊNCIA
PÓS-VENDA



Lark S/A Máquinas e Equipamentos
São Paulo (011) 541.9211 - Campinas (0192) 52.0688
Ribeirão Preto (016) 627.3434
Coesa Equipamentos S/A - PR (041) 332.4333
RS (051) 343.6733 - SC (048) 246.6387
SRR Equipamentos Ltda - RJ (021) 371.7233
Equiparts Máquinas Rodov. Ltda - MG (031) 441.6050
Garinco Máquinas e Equipamentos S.A.
Triângulo Mineiro - MG (034) 232.9888
Sedimaq Máquinas e Equipamentos Ltda - PE
(081) 339.4622 - BA (071) 594.9499 - CE (085) 225.9661

O sucesso da grande feira

Batendo novamente todos os recordes, a Fenasoft se mantém como a maior feira de informática da América Latina

Quando o empresário Max Gonçalves Filho realizou a primeira Fenasoft, no Anhembi, em 1987, conseguiu reunir 112 expositores numa área de 7.000 metros quadrados e atrair 30 mil visitantes. Em sua décima edição, de 15 a 20 de julho passado, no mesmo Anhembi, o evento atingiu proporções gigantescas. Num período de apenas seis dias recebeu 1.150.000 visitantes, que percorreram uma área de 68 mil metros quadrados, ocupada por mais de 2.300 expositores, conheceram centenas de novidades, fizeram milhões de contatos comerciais, gerando um volume de negócios de 4 bilhões de dólares, segundo cálculos do próprio Max, presidente da Fenasoft Feiras Comerciais Ltda, responsável pelo evento.

Além dos fabricantes de equipamentos, a Fenasoft 96 contou com um número recorde de empresas que montaram verdadeiros supermercados para comercializar equipamentos e sistemas. Assim, ao lado de uma IBM ou Apple, por exemplo, participaram redes varejistas como Extra, do Grupo Pão de Açúcar, Ponto Frio, Arapuã ou Clube Apoio Varejistas, com agressivas promoções visando atrair compradores. Para tanto, levaram ao Anhembi carretas repletas de computadores, vendedores, carregadores, propagandistas, terminais para processamento de cartões de crédito e até sofisticadas centrais de computação para cadastramento e aprovação de crediário na hora. O Clube de Com-

pras Apoio, que vendeu 300 equipamentos na Fenasoft, montou uma estrutura de atendimento capaz, inclusive, de emitir a carteira de sócio no próprio stand. "Participamos da feira com uma equipe de quarenta pessoas, e um suporte logístico para vender e entregar mil peças", relata Sylvio Modé, diretor Comercial da empresa. A exemplo de quase todos os outros concorrentes, o Apoio optou por manter uma carreta estacionada no Anhembi, funcionando como uma espécie de depósito de mercadorias, e um caminhão baú fazendo a reposição diária.

Garantir o abastecimento, para evitar a perda de vendas por falta de produtos, era o primeiro desafio logístico dos varejistas na Fenasoft. O segundo era a entrega. Apesar das dificuldades por causa da superlotação do Anhembi e dos congestionamentos ao seu redor, a maioria dos consumidores queria levar sua compra na hora. "Embora nos dispuséssemos a fazer entregas a domicílio, no nosso caso apenas 10% dos clientes preferiram essa opção", observa Carlos Eduardo Nobre, Diretor Adjunto de Logística do Ponto Frio, que mobilizou uma equipe de 54 pessoas para negociar equipamentos e acessórios na Fenasoft.

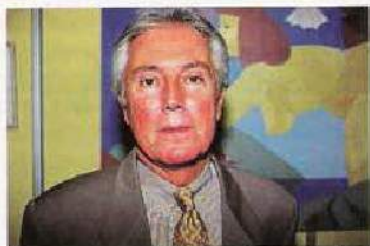
Ao deixar de ser uma simples mostra da indústria de informática, e se transformar em grande feira para venda direta aos consumidores, a Fenasoft passou a demandar dos organizadores um suporte logístico muito mais complexo. O número de pessoas credenciadas

para trabalhar na feira mais que dobrou em apenas um ano. Entre operários, recepcionistas, bem como jornalistas que foram fazer a cobertura do evento, médicos, enfermeiros, seguranças e staff gerencial das empresas expositoras, foram emitidos 47 mil crachás. "Montar isto aqui é uma loucura", resume Max Gonçalves Filho, que sempre analisa uma edição da Fenasoft pensando na próxima.

Enquanto Max fala com jornalistas e empresários no seu gabinete, uma dúzia de pessoas, incluindo dois fotógrafos e um cinegrafista, percorre o local e as imediações do evento, fazendo anotações e registrando imagens que darão consistência a relatórios com observações, críticas e sugestões. A análise desse material é o ponto de partida para as mudanças e melhorias que se processam a cada ano.

Em 95, por exemplo, a saturação dos dois estacionamentos do Anhembi foi apontada como um dos pontos críticos. Resultado: na Fenasoft 96 os expositores puderam contar com um novo bolsão de estacionamento, aberto exclusivamente para o evento dentro do Campo de Marte. Outro ponto crítico, a superlotação, foi contornada graças à construção de uma área de dispersão com 23.000 metros quadrados, montada em ferro e lona especial.

"Nosso grande problema é a deficiência de infra-estrutura para grandes eventos", queixa-se o presidente da Fenasoft. Em apenas 16 dias (dez para a montagem e mais seis de funcionamento da feira), um evento como este consome 8.000 KWA de energia elétrica, o mesmo que muitas cidades do porte de Florianópolis, por exemplo. Afinal, foram feitas quase mil ligações de pontos de luz, para alimentar mais de cinco mil lâmpadas e milhares de equipamentos ligados, fosse para simples demonstração aos visitantes ou para assegurar o funcionamento de prestadores de serviços, como os dois postos bancários, os vários estúdios das emissoras de rádio, ou ainda um



Max Gonçalves, presidente da Fenasoft

potente painel eletrônico pesando 3,5 toneladas com 2,5 milhões de variações de cores e 460 mil leds, transmitindo mensagens sobre o evento que podiam ser vistas nitidamente a 200 metros de distância.

Para colocar e manter todo esse aparato em funcionamento, a organização começa a trabalhar a partir dos relatórios críticos, normalmente um mês depois da desmontagem de uma feira e praticamente não pára mais. Nove a oito meses antes de cada montagem, ela cria e distribui os manuais de normas gerais a serem seguidas pelos expositores. É nesse período que as equi-

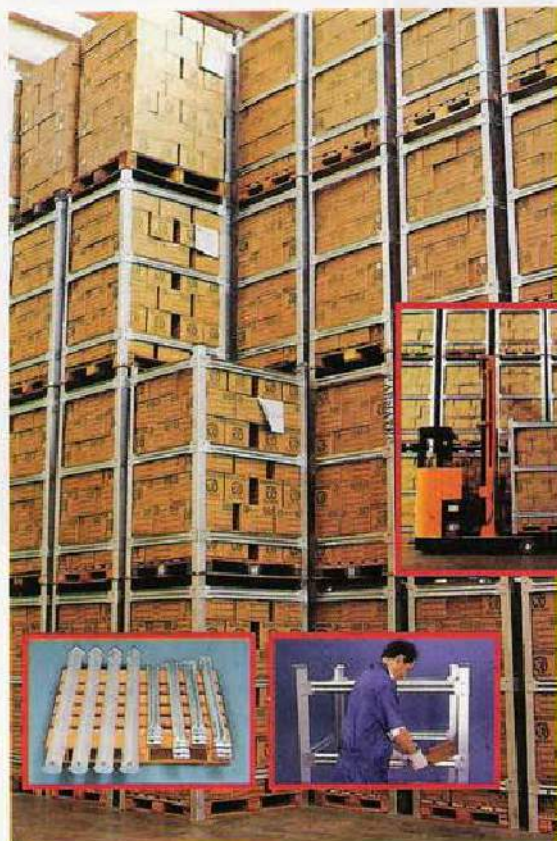
pes comandadas desenvolvem o planejamento, preparando todos os detalhes, que vão das sobras de tapetes que podem ser reaproveitadas até reuniões com autoridades do trânsito da cidade de São Paulo.

Como se transformou num grande pólo de atração, a Fenasoft causa impactos significativos na vida da cidade. "Temos que nos preocupar tanto com o acesso das pessoas ao Anhembi, quanto com os aspectos de segurança dessas pessoas, e por isso nossa logística inclui providências para facilitar o trabalho do policiamento de trânsito, do Corpo de Bombeiros ou dos pronto-socorros mais próximos ao local do evento", explica Max.

O trabalho de montagem propriamente dito, só pode começar dez dias antes da inauguração da feira. A essa altura, o staff principal da empresa desloca-se da matriz em Florianópolis e se concentra no escritório de São Paulo; e alguns grupos são obrigados a trabalhar ininterruptamente, para cumprir

o cronograma à risca. É o caso dos operários encarregados da implantação da infra-estrutura, ou seja, estender os chicotes para a energia elétrica, fazer as ligações de água, as instalações de ar comprimido e o cabeamento de fibra ótica para os sistemas de telecomunicações. Concluída esta etapa, as equipes da Fenasoft passam a dividir espaço com os trabalhadores das 200 montadoras contratadas, para erguer 2.300 stands variando de 12 a 1.200 metros quadrados.

Com o crescimento contínuo, a cada Fenasoft surgem novos desafios. Desta vez, por exemplo, devido a sua transformação numa frenética ciranda de compras e vendas, os organizadores se viram às voltas com intensa movimentação para repor estoques, em pleno horário de visitação pública. "Esse é mais um problema. Precisamos ver como poderemos solucioná-lo no ano que vem", avalia Max, que depende cada vez mais da logística para garantir o sucesso do seu grande negócio.



LOGÍSTICA É PRODUTIVIDADE



A custos reduzidos, permite o uso integral do espaço disponível na sua área de armazenamento, verticalizando sua estocagem. Dispensa o uso de ferramentas nas operações de montagem e desmontagem.

Para maiores informações, consulte nosso departamento técnico.

PARMATEC
PARMATEC

Parmatec Indústria e Comércio Ltda.
Rua Guaranésia, 912 / 916
CEP 02112-001 - São Paulo - SP
PABX Fone/Fax: (011) 954-3811

Logística faz a diferença



Com a persistência de um líder, em 1953, Alair Martins, então aos 19 anos de idade, conseguiu convencer a família de que vender o sítio onde moravam, em Martinéstia, pacata cidade mineira, para abrir um pequeno armazém de secos e molhados, em Uberlândia (MG), seria um bom negócio. A partir daí, Alair começou a desenhar uma história de sucesso. Atualmente o Grupo Martins é o maior distribuidor atacadista da América Latina: faturou 1,2 bilhão de reais em 1995, atendendo 140 mil clientes espalhados por 10.839 localidades do País. Para tudo isso, o grupo conta com uma frota de 2 mil caminhões e até barcos. Alicercado em modernização e alta tecnologia, a mais recente inovação do Grupo foi a implantação, em julho, de uma nova central de armazenamento e distribuição (CAD). Com 10 mil metros quadrados, 20 metros de pé direito, 19 ruas e capacidade para 26 mil endereços de paletes, o mega-armazém, totalmente automatizado, opera com três transelevadores, dentro de um conceito inédito no setor distribuidor atacadista. Nesta entrevista, Alair Martins mostra como a sincronia nos procedimentos e estratégias adequadas na movimentação, armazenagem e transporte de mercadorias, aliada à automação, tornam invejável o desempenho do grupo.

Logística - O que é logística para o Martins? Como ela se situa na estratégia de negócios, face a atual realidade econômica?

Alair Martins - É a razão de ser da empresa. Hoje, o Martins é mais uma empresa de logística do que comercial. Esse é o nosso fator de diferenciação. Procuramos mostrar ao fornecedor as vantagens de se trabalhar a logística. Assim, considero que estamos bastante atualizados dentro da conjuntura econômica, ao buscar prestação de serviços e redução de custos e incremento na qualidade.

Logística - Quando o grupo começou a praticar um conceito abrangente de logística?

Martins - No segundo semestre de 1988, traçamos um planejamento estratégico no qual foram definidos os caminhos futuros da empresa, a longo prazo, abrangendo todas as estratégias do Martins. Com isso, alguns aspectos isolados, como transporte, manutenção e captação de pedidos, foram reorganizados fazendo surgir a diretoria de logística. Tudo o que se refere a essa área passou a ser consolidado em um só processo. A partir daí, também foi criada a Marbo Transportadora e o setor de telemarketing, para agilizar o processamento de pedidos. Em resumo, pontos rudimentares da empresa passaram a ter um enfoque mais tecnológico.

Logística - Quanto e em que áreas o Martins está investindo para otimizar sua logística?

Martins - Os recursos somente neste ano somam 50 milhões de dólares, incluindo o novo sistema de armazenagem com transelevadores, a rede de telecomunicações privada, a descentralização do depósito, aumento e renovação da frota etc.

Logística - A tendência da indústria é fornecer diretamente aos grandes varejistas e utilizar o distribuidor apenas para os pequenos. Há quanto tempo o Martins vem se preparando para isso e de que forma?

Martins - O Martins sempre se posicionou no mercado como distribuidor para pequenos varejistas. Não atendemos em grande escala as maiores redes de comércio do País. Por isso, já estávamos preparados para este momento e sofreremos menos impacto do que os demais distribuidores atacadistas.

Logística - Como o Martins decidiu que era melhor ter uma transportadora, a Marbo, do que terceirizar o serviço?

Martins - A criação da Marbo veio com o objetivo de tornar-se um novo negócio do grupo e excluir a terceirização no transporte do Martins. Vislumbramos a oportunidade de desenvolver uma transportadora

de nível internacional e assumimos que era o momento de apostar nisso. A função da Marbo é prestar serviços para o Martins e também ao mercado. E atualmente 70% do seu faturamento provém de terceiros.

Logística - O Martins já fez experiências com o modal aéreo, que é estratégico, por exemplo, para produtos farmacêuticos - cujo giro de estoques é alto. Quais foram os resultados? O custo do modal aéreo está se tornando mais viável?

Martins - Há dois momentos do Martins para se falar nisso. O primeiro é que existem regiões em que o avião é o único meio de transporte possível para chegar a um cliente, como é o caso de cidades no Amazonas e no Acre. Mas não é uma opção constante, só é usada em períodos chuvosos. Temos atividades com aeronaves somente nessa região, e nunca foi um modal de grande importância para nós. Mas isso vai mudar a partir de agora, porque

estamos aproveitando tal experiência para distribuir produtos farmacêuticos no Nordeste. Nesse caso, o cálculo do custo é totalmente diferente. Por enquanto, é um projeto que está em fase de avaliação e nem tenho números disponíveis para dizer se é vantajoso ou não. Com certeza, a velocidade é o principal atrativo deste modal. Um cliente do Recife, por exemplo, faz seu pedido e recebe as mercadorias no dia seguinte. É um serviço a mais que queremos prestar aos nossos clientes, mas restrito a algumas linhas de produtos farmacêuticos. Isso porque o frete aéreo ainda é muito caro.

Logística - O uso de aeronaves é uma alternativa que o Martins estuda para expandir a distribuição a outros países?

Martins - Nossa atuação ainda não atinge outros países e por isso não avaliamos essa hipótese. O mesmo pode ser dito sobre a estrutura portuária do País, sobre a qual não temos estudos.



UMA BOA BASE É FUNDAMENTAL PARA PRODUTOS DE QUALIDADE

EMPILHAMENTO COMPACTO, 12 TAMBORES POR M²; FACILITAM A CONTAGEM; EVITAM O ACÚMULO DE ÁGUA; FEITOS EM CHAPA DE AÇO, COM 3 MM DE ESPESSURA; NÃO DETERIORAM OU AMASSAM; DISTRIBUI UNIFORMEMENTE O PESO, REDUZINDO EM ATÉ 50% A CARGA APLICADA; PINTURA ELETROSTÁTICA APLICADA SOBRE PRIMER; POSSUEM ENCAIXES PARA GARFOS DE EMPILHÁDEIRAS; GARANTEM RESISTÊNCIA E SEGURANÇA NO TRANSPORTE.

PALETES 708: A BASE PERFEITA PARA A ESTOCAGEM DE TAMBORES.

OEMA
MOVIMENTAÇÃO DE MATERIAIS

R. CADIRIRI, 140 - PARQUE DA MOÓCA - SÃO PAULO - BRASIL - CEP 03109-040 - TELEFAX: (011) 966.5375

Logística - Por que há uma dificuldade em utilizar a malha ferroviária brasileira? Como foram as experiências que o Martins fez nessa área?

Martins - Não utilizamos ferrovias. Entregamos produtos no País todo e já temos uma estrutura montada para trabalhar prioritariamente com rodovias. São poucas as possibilidades de passarmos a utilizar ferrovias porque as que existem não atendem nossas necessidades, a começar pela estrutura física: não há um trem direto de Uberlândia para São Paulo, por exemplo, e a bitola dos trilhos entre São Paulo e Campinas é diferente. Além disso, o trem é um transporte lento e não há muita disponibilidade de vagões. Temos usado a malha ferroviária esporadicamente entre Carajás e Santa Inês (MA), em épocas de chuva, mas nosso caminhão viaja numa plataforma, como se fosse um vagão.

Logística - Como se insere o uso de barcos na logística do Martins?

Martins - A partir de Belém (PA), Manaus (AM), Santarém (PA) e Porto Velho (RO), utilizamos barcos para atender as cidades que ficam nas margens dos rios. São barcos de terceiros, normalmente destinados a transportar passageiros e não exclusivamente carga, porque as entregas são de pequenos volumes. Em algumas ocasiões, colocamos o caminhão numa balsa para chegar a esses clientes.

Logística - É possível medir o custo que as más condições das estradas brasileiras acarretam ao Martins?

Martins - Não há como medir o custo porque os caminhões não têm rota fixa. Mas posso afirmar que o transporte pela via Anhangüera é mais barato do que em qualquer outra rodovia. Nossa estimativa é de que o custo de transporte em uma estrada bem conservada é aproximadamente 20% menor do que em outras.

Logística - A inauguração do CAD (Centro de Armazenagem e Distribuição) de São Paulo significa que o Martins está partindo para a descentralização?

Martins - Sim, é uma descentralização necessária, porque implica a redução de custos e melhoria de serviços. Devemos ter outros CADs no futuro, o de São Paulo é apenas o primeiro passo.

Logística - Como o Martins vem trabalhando o conceito de cross-docking?

Martins - O cross-docking não é uma filosofia consolidada no Brasil. Ela demanda mudanças no esquema de trabalho das indústrias e também do distribuidor atacadista. É um conceito em evolução e vários passos precisam ser dados antes de iniciar sua aplicação. A paletização é o primeiro, sem ela é inútil falar em cross-docking. Outra necessidade é um sistema de informações precisas, para saber exatamente a que horas o caminhão chegou e saiu da indústria ou do armazém atacadista. Já estamos ensaiando a aplicação de cross-docking em uma empresa de Uberlândia, primeiramente para identificar as dificuldades desse processo.

Logística - Está em fase de conclusão um estudo que o Martins vai apresentar às indústrias sobre o custo da paletização feita no armazém. Quais foram as conclusões dessa pesquisa?

Martins - Não é um estudo pronto, não estamos impondo nada aos fornecedores. Apenas apresentamos às empresas como deveria ser feita a paletização de cada produto: altura e medidas necessárias, assim como uma codificação modelo para o palete, que estamos desenvolvendo juntamente com a EAN Brasil. Assim, teremos um cadastro, para cada item, sobre como ele é armazenado pelo padrão PBR. Acredito que as empresas irão se adequar rapidamente, sobretudo porque não se trata de uma metodologia isolada do Martins, mas de uso geral.

Logística - A paletização no padrão PBR é essencial para fazer funcionar o sistema de transelevadores e viabilizar qualquer processo moderno de armazenagem, movimentação e distribuição. As indústrias brasileiras estão sendo suficientemente ágeis e conscientes sobre o assunto?

Martins - Sim, elas vêm respondendo positivamente, porque também enxergam vantagens na paletização. É uma solução para a indústria, porque diminui a movimentação das mercadorias. Algumas indústrias, inclusive, têm trabalhado isso em conjunto com o Martins.

Logística - Paletizar é acessível a qualquer tipo de indústria? Há setores em que a diversidade de mercadorias é enorme, como o de calçados e medicamentos? Como agir nesses casos?

Martins - Procuramos desenvolver soluções para todas as indústrias e que sejam soluções de uso público. Por isso trabalhamos com a EAN Brasil. O sistema de transelevadores abrange apenas uma parte de nossas atividades e possui, certamente, um padrão de exigência maior. Mas hoje temos até carrinhos de construção paletizados. Para produtos com tamanhos diferentes, como tubos de PVC, por exemplo, estudamos formas de paletizar com medidas aceitáveis. Quanto à variedade de produtos e prazos de validade, não existe problema, porque no momento da compra já levamos em conta todas as particularidades.

Logística - Além dos investimentos no próprio negócio, quais são atualmente as principais aplicações financeiras do Martins?

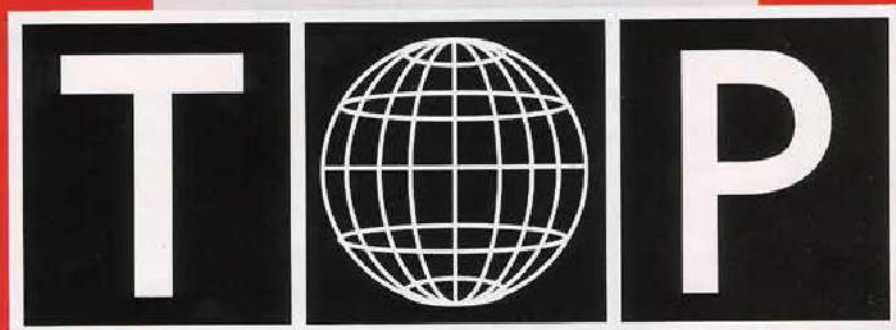
Martins - Canalizamos os recursos financeiros disponíveis para o nosso banco - o Tribanco, que faz a otimização da rentabilidade financeira para o grupo.

Logística - O Martins descarta a idéia de abrir capital. Por quê?

Martins - No momento, a empresa está capitalizando e não considera essa possibilidade. Mas o grupo está crescendo muito e o Brasil é um país com grande espaço para investimentos e negócios. Não descartamos a possibilidade de futuramente, daqui três ou quatro anos, fazermos uma opção, caso seja necessário. Estamos nos preparando para que a decisão seja a melhor possível sobre o enfoque de custo de capital.

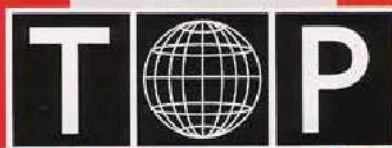
PRÊMIO

LOGIS



**AGORA OS MELHORES
EM LOGÍSTICA TERÃO
O RECONHECIMENTO
QUE MERECEM**

LOGIS



OBJETIVO

Estimular a melhoria da competitividade da empresa nacional através do aprimoramento dos processos logísticos; distinguindo empresas, profissionais e produtos que mais tenham contribuído para a melhoria da qualidade e eficiência dos processos logísticos na indústria, comércio e setor de serviços ao longo de cada ano.

RESPONSABILIDADE

O LOGIS TOP é uma promoção da revista Logística Moderna, organizada pela Belver Editorial, com o apoio da Vantine & Associados

PARTICIPAÇÃO

Concorrem ao LOGIS TOP empresas usuárias, profissionais e empresas fornecedoras de produtos e serviços que se inscrevam previamente, ou que sejam votadas diretamente pelos leitores da revista Logística Moderna.

APURAÇÃO

Os votos recebidos serão depositados numa urna lacrada, inviolável e depois apurados por uma junta escrutinadora designada pela direção da revista Logística Moderna.

CATEGORIAS

O LOGIS TOP será concedido anualmente para as seguintes categorias:

- ♦ Melhor empresa usuária de processos logísticos
- ♦ Melhor operador logístico
- ♦ Melhor transportador
- ♦ Melhor profissional
- ♦ Melhor Fornecedor de
- ♦ Produtos e Serviços em:
- ♦ Transporte - Equipamento
- ♦ Transporte - Acessório
- ♦ Sistemas - Software
- ♦ Sistemas - Hardware
- ♦ Movimentação
- ♦ Armazenagem

INSCRIÇÃO

As inscrições e/ou indicações deverão ser feitas através de ficha apropriada a ser preenchida e remetida pelo correio para a Belver Editorial, empresa responsável pela publicação da revista Logística Moderna até 01/10/96. A relação completa dos inscritos/indicados será publicada na edição de outubro

VENCEDORES

Serão considerados vencedores os concorrentes que obtiverem maior número de votos na sua respectiva categoria. A relação dos vencedores será publicada na edição de dezembro da revista Logística Moderna.

PREMIAÇÃO

O vencedor de cada categoria receberá um troféu especialmente criado e confeccionado para representar o LOGIS TOP e um diploma de premiação, que serão entregues num evento a ser realizado em São Paulo, no mês de dezembro

INSCRIÇÕES: Para se inscrever ou fazer alguma indicação para o LOGIS TOP, basta preencher corretamente esta ficha e enviar por correio até 01/10/96 para:
"BELVER EDITORIAL" Rua Henrique Schaumann, 414, 2º andar CEP 05413-010 São Paulo SP

Para fazer mais de uma inscrição ou indicação tire cópias xerox desta ficha

Melhor Empresa Usuária de Processos Logísticos

Empresa _____
Cidade _____ Estado _____

Melhor Operador Logístico

Empresa _____
Cidade _____ Estado _____

Melhor Transportador

Empresa _____
Cidade _____ Estado _____

Melhor Profissional do Ano

Nome _____ Cargo _____
Empresa Atual _____

MELHOR FORNECEDOR DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Transporte - Equipamento

Nome do Produto _____
Especificações _____
Aplicações _____
Fabricante/ Distribuidor _____

Transporte - Acessório

Nome do Produto _____
Especificações _____
Aplicações _____
Fabricante/ Distribuidor _____

Sistemas - Software

Nome do Produto _____
Especificações _____
Aplicações _____
Fabricante/ Distribuidor _____

Sistemas - Hardware

Nome do Produto _____
Especificações _____
Aplicações _____
Fabricante/ Distribuidor _____

Movimentação

Nome do Produto _____
Especificações _____
Aplicações _____
Fabricante/ Distribuidor _____

Armazenagem

Nome do Produto _____
Especificações _____
Aplicações _____
Fabricante/ Distribuidor _____

Logistrans aponta solução para fretes

Evento define a parceria como a melhor opção para a redução de custos

A questão de fretes no Brasil é um assunto polêmico. Durante muito tempo, a inflação camuflou falhas empresariais, como o custo de distribuição e principalmente o de transporte. Com o fim da corrida financeira, fica evidente que a parceria entre embarcador-transportador-recebedor é necessária. Mas antes é preciso adequar estas relações ao cenário atual, onde produtividade, tecnologia e serviço de qualidade são fatores determinantes.

Para mostrar que é possível a realização de parcerias de sucesso nesta área, a Vantine & Associados realizou, no dia 21 de junho, o Logistrans, no Hotel Maksoud Plaza, em São Paulo. Discutindo o tema "Política de Transportes e Gestão de Fretes", o evento reuniu representantes dos transportadores, dos embarcadores, do varejo e do atacado que debateram temas como o panorama do transporte rodoviário de cargas, a tabela referencial de frete, além da posição do varejo neste contexto.

Thiers Fattore Costa, presidente do conselho administrativo da ITD Transportes, apresentou um panorama geral do transporte rodoviário de cargas predominante no País. "Com a privatização das ferrovias, rodovias e as mudanças na administração dos portos, a produtividade certamente deverá aumentar. No Brasil, o modal ferro-

viário opera somente com 40% da capacidade instalada, transportando predominantemente graneis. Por isso, é necessária a implantação de um novo modelo de transporte de cargas", explicou Thiers. Na sua opinião, o novo desafio brasileiro é a construção de um modelo de transporte baseado na racionalização do uso da infra-estrutura pública de transportes e na otimização do empenho dos diversos modais.

Um dos principais entraves para o bom relacionamento entre as empre-



Palestrantes apontam propostas

sas é o preço do frete. Segundo Roberto Teixeira, membro do conselho superior da diretoria da NTC, o custo da operação de transporte, da origem ao destino final, e a deterioração das estradas resultam em novas formas de elaboração de tarifas. Teixeira lembrou que a planilha referencial de frete hoje não representa mais as necessidades das companhias rodoviárias de cargas. "Existem muitas empresas em estágio de pré-falência. É preciso uma revisão nas tarifas,

para viabilizar a melhoria na qualidade dos serviços", enfatizou. Tal impasse tem como alternativa a nova planilha referencial de frete, criada pela NTC, onde são consideradas as diferenças de cada tipo de viagem realizada.

Os novos paradigmas para a logística de transportes foram ressaltados por César Suaki dos Santos, diretor presidente da Marbo Transporte, empresa do Grupo Martins, sediada em Uberlândia, (MG), na palestra "O Transporte como Elemento Fundamental da Cadeia Logística". César ressaltou que a estabilização econômica e a queda gradual dos juros, fizeram com que as empresas abandonassem o foco financeiro e passassem a buscar alternativas para obter o ganho operacional no negócio. "Isso significa que o diferencial competitivo está mudando. Hoje, pelo menos no segmento de transportes, distribuição e sequência logística, é preciso prestar serviços com adição de valor", esclareceu.

Para o setor varejista, a distribuição de mercadorias também é fundamental, como estratégia para se sobressair no mercado. Prova disso é a rede de supermercados Mercadorama, do Paraná, que é totalmente automatizada e utiliza a logística como ferramenta de sobrevivência. "No cenário atual, só restou ao varejo e ao fornecedor serem mais eficientes no papel da distribuição das mercadorias e a logística será nos próximos anos o diferencial entre uma operação competitiva ou não", enfatizou José Luís Demeterco, gerente de Marketing.

A paletização é apenas uma das medidas que devem ser adotadas para alcançar a otimização de custos e de tempo. Uma nova concepção de distribuição também acarretará em resultados positivos. "Mas é preciso que



Seminário
Internacional de
Logística

STRATEGICS LOGISTICS MANAGEMENT & SUPPLY CHAIN PARTNERSHIP

COMO DESENVOLVER E IMPLEMENTAR UMA
ESTRATÉGIA DE PARCERIA LOGÍSTICA

A BUSCA DA EXCELÊNCIA E DA OTIMIZAÇÃO
DOS CANAIS DE ABASTECIMENTO

DOUGLAS M. LAMBERT PH.D.

(THE OHIO STATE UNIVERSITY)

10 E 11 DE
SETEMBRO DE 1996

SÃO PAULO
CAESAR PARK HOTEL

REALIZAÇÃO:



Patrocínio



COLUMBIA



Logística e
Distribuição Física



Hércules
SOLUÇÕES LOGÍSTICAS

Apoio



CESAR PARK

SÃO PAULO



VARIG

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

Fone: (011) 853.5444 Fax: (011) 3064.9733

fornecedores, transportadoras e varejistas sejam parceiros, levando em consideração não apenas o preço do produto, mas como ele vai chegar às mãos do consumidor final, agregando um custo mínimo”, ponderou Demeterco.

Um exemplo de fornecedor que está trabalhando em parceria com uma transportadora é a Johnson & Johnson. Segundo Felício Fajolli, gerente de distribuição da Johnson & Johnson, as principais áreas de oportunidade para a parceria, no segmento de transportes, são os serviços de armazenagem, de movimentação e centros de distribuição, onde alguns recursos podem ser utilizados como suporte. O primeiro deles está nos sistemas de informações para controle operacional, envolvendo tecnologias como EDI (Intercâmbio Eletrônico de Dados) e sistemas de localização de produtos. Outro fator relevante é uma estrutura operacional moderna, com a utilização de paletes, porta-paletes e empilhadeiras. Mas, o treinamento e a motivação das pessoas nas rotinas operacionais, além de constituírem um canal de comunicação, não podem ser desconsiderados para a parceria bem sucedida.

Na palestra “O Transporte Integrado ao Marketing”, Moacir Sanini, superintendente Comercial da Fábrica de Papel Santa Therezinha - Santher, explicou como o transporte pode aumentar a lucratividade da indústria, beneficiando o consumidor. Os pontos levantados foram a reavaliação das taxas e das necessidades, a atenção à qualidade, a criação de grupos para avaliação do cliente, a aplicação de treinamento interativo, o acompanhamento e a especificação das habilidades que devem ser desenvolvidas. Todos eles aspectos determinantes para a constante satisfação do cliente.

Otimização de processos

Douglas Lambert, especialista americano em Logística, vem ao Brasil para falar sobre estratégias de parceria nesta área

O acirramento da competitividade e a globalização da economia têm feito com que as empresas busquem novos diferenciais no mercado. Algumas estão negociando não apenas produtos, mas também seus processos logísticos. Tais companhias descobriram que a estratégia pode funcionar como arma ofensiva para criar vantagens de peso sobre os concorrentes. Como desenvolver e implantar uma estratégia de parceria logística e a busca da excelência e da otimização dos canais de abastecimento serão os principais enfoques dos dois dias de apresentação do professor Douglas M. Lambert, especialista em logística, no Seminário Internacional de Logística, a ser realizado nos dias 10 e 11 de setembro, no Ceasar Park Hotel, em São Paulo.

Professor de marketing e logística e diretor do “The International Center For Competitive Excellence” da University of North Florida, em Jacksonville, Estados Unidos, esta é a quarta vez que o professor Lambert vem ao Brasil como associado da Vantine & Associados para proferir palestras. Nesta apresentação ele deverá enfatizar a importância das parcerias logísticas e do Supply Chain, sistema operacional que envolve desde os fornecedores até os clientes em um único elo, visando a otimização de todos os canais de suprimento. Sistema, que segundo o professor Lambert, depende do conhecimen-

to das necessidades dos clientes, da integração dos canais de abastecimento e do uso de tecnologias para gerar e distribuir informações, além de transporte adequado.

Ilustrando sua palestra com casos internacionais, o professor deverá apontar os erros e acertos nas parcerias logísticas, dando aos participantes do evento a oportunidade de avaliar de maneira mais crítica os procedimentos logísticos de suas próprias empresas.

O professor Lambert colocará em pauta também algumas estratégias para a obtenção da excelência nos canais de abastecimento. Enfatizando que os anos 90 é a década da informação, ele destacará também a necessidade crescente e inevitável do fluxo de informação para a efetiva integração entre os canais de abastecimento.

Depois dos dois dias de apresentação em São Paulo, o professor Lambert segue para Vitória (ES), onde participará do 1º Translogin - Seminário Internacional de Logística e Transporte de Vitória, evento também promovido pela Vantine & Associados. Falando especificamente sobre estratégias logística integrada ao transporte e ao marketing, o professor mostrará porque a logística passa a ser instrumento essencial nesse momento de abertura de novos mercados e economia estável.

**Sua empresa procura uma solução rápida
para a comunicação de dados?
Está na mão.**

Qual é a primeira coisa que vem à memória quando você vê uma escriba egípcio? Hieroglifos, é lógico. Um sinal, um código que ajudou a passar toda a informação que temos sobre o Egito Antigo. Isto tudo lembra código de barras, e por associação, Unimicro. Quando ela integra este símbolo com microcomputadores de mão e comunicação sem fio, as soluções atravessam o tempo. Como os hieroglifos (caracteres sagrados), escrita que os escribas conheciam na palma da mão.

tecnologia **TELX**



UNIMICRO

tecnologia bem aplicada

Rua Flórida, 1821 - 9º andar - CEP 04565-001 - São Paulo - SP
Fax: 5505 1761 - TollFree: 0800 155300
E-Mail: UNIMICRO@xpnet.com.br



Mais do que vender

Aliando o telemarketing a técnicas de logística, o setor distribuidor atacadista tornou-se importante elo de distribuição entre a indústria e o varejo



Na Cofesa 33 operadores retiram pedidos, recebem reclamações e sugestões

Na década de 50, um depósito com pé-direito alto o bastante para estocar o máximo possível de produtos e alguns caminhões eram o suficiente para o funcionamento de uma empresa atacadista no Brasil. Época em que receber a visita de um representante de vendas do atacado era privilégio somente das grandes redes, com potencial para adquirir maiores volumes de produtos.

A partir da década de 90 esse cenário mudou. A evolução da informática, que integrou o computador a uma linha telefônica, trouxe agilidade ao processo de vendas, num momento em que a inflação no País atingia patamares astronômicos, tornando a especulação de estoques uma rotina. O setor atacadista, pressionado pela indústria, que começou a abastecer diretamente o varejo, se viu obrigado a reposicionar-se no mercado.

O setor percebeu que precisaria agregar prestação de serviço ao negócio, para manter-se competitivo no mercado. O atacado então passaria a exercer importante papel na

logística dos fabricantes, atuando como distribuidor. Com a nova postura, o setor mais do que vender, começou a prestar serviços a seus clientes. Hoje, as empresas direcionam investimentos para equipamentos, novas tecnologias e outros recursos que possibilitem um atendimento bem qualificado e agilidade à clientela.

O telemarketing foi uma das ferramentas incorporadas pelo setor. O serviço integrado à logística de movimentação e armazenagem, inovou a forma de operacionalização das empresas, transformando o setor em um valioso canal de distribuição para a indústria.

Dentro das empresas atacadistas, o telemarketing, além de fomentar vendas, tem servido para que as empresas avaliem seus processos operacionais e melhorem seu desempenho.

Segundo o consultor Romero Teixeira, da L. M. Consultoria em Telemarketing, de Uberlândia (MG), o setor distribuidor atacadista descobriu no telemarketing um instrumento eficiente para enfrentar a con-

corrência e cativar seus clientes. Mas, comparado ao número total de empresas do setor no País, tal prestação de serviço ainda é pequena. "Não há mais espaço no mercado para empresas ineficientes, e a satisfação do cliente é quesito básico neste cenário. Assim, fazer uso de recursos como o telemarketing para conhecê-los melhor e agilizar o seu atendimento demonstra uma evolução importante para o setor distribuidor atacadista, que no passado se limitava a escoar a produção da indústria", argumenta.

Da mesma opinião, Pedro Renato Eckerdoff, presidente da Associação Brasileira de Telemarketing, explica que o incremento do atendimento ao cliente com prestação de serviço é uma tendência dominante em todos os setores da economia. "É fundamental nesse contexto de rotina diária agitada, na qual todos estão em busca de comodidade", justifica, advertindo que, no entanto, apenas colocar uma linha de telefone acoplada a um microcomputador e uma operadora para atender as solicitações não é trabalhar com tele-



marketing. "O sistema é uma tecnologia de ponta que deve ser integrada a toda a logística operacional da companhia que, por sua vez, tem de estar funcionando perfeitamente. Caso contrário, o serviço pode se transformar em desastre."

Primeiro distribuidor atacadista do País a implantar o serviço, há seis anos, o Martins enxergou no telemarketing o caminho para se tornar mais eficiente. Maior central de telemarketing do setor, atualmente a empresa possui 180 operadoras revezando-se em três turnos, nos 60 terminais telefônicos, de segunda a sábado, das seis da manhã à meia-noite. A ligação é gratuita, e neste esquema, o dono de uma vendinha em uma cidadezinha do Pará, por exemplo, consegue repor alguns itens em falta, dispensando a visita de um vendedor a seu estabelecimento, mas apenas ligando para o TeleMartins, em Uberlândia (MG). Isso por si só não garante a satisfação do varejista, que somente confia no serviço porque o pedido solicitado em geral é atendido corretamente e dentro do prazo. Assim, o

Martins consegue abastecer 140 mil clientes espalhados por mais de 10 mil localidades do País, sem deixar de entregar sequer meia dúzia de canetas ou uma caixa de pilhas.

O canal aberto, além de pedidos, permite fazer cotações, dar sugestões, formalizar reclamações e até solicitar orientações sobre gerenciamento. Aliando essa ferramenta de comunicação à toda sua estruturação logística, na qual mercadorias paletizadas, empilhadeiras elétricas, transelevadores e uma frota de 2 mil caminhões o Martins atende lojas varejistas de São Paulo, por exemplo, em 48 horas. Mais próximo do varejo, a empresa tornou-se o maior distribuidor atacadista da América Latina, com um faturamento que no ano passado chegou a 1,2 bilhão de dólares. "Sem dúvida, esse é o melhor exemplo de como o telemarketing exige sincronia entre o inventário, a estrutura de estoque, cadastro dos clientes e tabelas de preços. Toda a logística de entrega torna-se efetivamente uma ferramenta eficiente de prestação de serviço", observa o consultor Romero

Teixeira, que acompanhou a implantação do sistema de telemarketing no Martins.

De menor porte, mas seguindo a mesma linha, a Luiz Tonin, distribuidora atacadista com sede na pequena São Sebastião do Paraíso (MG), colocou em funcionamento sua central de telemarketing. Há dois anos, seus 168 representantes de vendas, equipados com coletores de dados trabalham em conjunto com 21 operadores, recebem os pedidos fechados pelos representantes e solicitações feitas diretamente pelos clientes. É fazendo uso da central que o cliente pode também formalizar qualquer tipo de reclamação ou sugestão. "Às vezes a mercadoria do varejista acaba bem antes da visita do vendedor. Se ele não puder contar com o pronto atendimento propiciado pelo telemarketing, vai comprar do concorrente mais próximo. Nós perdemos a venda e o cliente fica insatisfeito por não ter sido atendido no momento em que mais necessitava. Por isso, encaramos o telemarketing como ferramenta essencial para oferecer serviço à nossa clientela", justifica José Orlando Vasconcelos, gerente administrativo da empresa.

Mas, para que o serviço represente realmente um benefício ao varejista, a Luiz Tonin também se estrutura com base no uso de vários recursos de automação. Em seu armazém todas as mercadorias são codificadas e paletizadas. Assim, a expedição de 6.500 quilos de carga é realizada em apenas 1 hora e seus 50 caminhões juntos conseguem realizar em média 1.500 entregas por dia. "O cliente tem de estar em primeiro plano. Logo, os investimentos devem ser direcionados para recursos que vão refletir no seu melhor atendimento", entende Vasconcelos.

Críticas e sugestões

Até mesmo o atacado de balcão, que tradicionalmente não mantém equipes de vendas em campo para atender o varejo, efetuando-as em seus próprios depósitos, perceberam que precisam lançar mão de alternativas que facilitem o atendimento aos clientes, para se manterem bem posicionados no mercado. A Cofesa, distribuidora atacadista, com sede na capital paulista e uma unidade em Curitiba (PR), efetua vendas no balcão da sua unidade instalada na Marginal do Tietê, em São Paulo, e através de representantes cobre o interior desse Estado e o sul de Minas Gerais. Assim, mantém uma central de telepedidos desde 1992, através da qual seus representantes de vendas enviam as solicitações. São 33 operadores que, munidos de computadores e fones de ouvido, digitam os pedidos imediatamente e os liberam para expedição. Já o cliente que prefere retirar a mercadoria na Cofesa, pode fazer pedidos por telefone e seu lote de produtos é preparado e colocado à sua disposição.

A linha gratuita 0800, instalada pela empresa, é o SAC (Serviço de Assistência ao Cliente), reservada para informar ao cliente, por exemplo, o preço de um determinado item, ouvir sugestões e reclamações, fa-

zendo inclusive uma avaliação do pós-venda: se o cliente ficou satisfeito com a entrega, se a mercadoria chegou no prazo etc.

A implantação dos dois sistemas não só melhorou a imagem da Cofesa junto aos varejistas, como lhe proporcionou aumento de 50% no faturamento global, dobrando seu atendimento, além de elevar em 32% o total de itens comercializados. "O relacionamento com o cliente seria muito distante se não tivéssemos esse serviço. Hoje o varejista está preocupado em melhorar sua performance no mercado, ele não pode mais dedicar muito tempo às decisões de compras. Por isso, prefere trabalhar com um atacado que seja seu parceiro, que agregue prestação de serviço no atendimento", justifica Herculano Rolo da Costa Bingre, gerente comercial da Cofesa.

Loja virtual

Dispondo de uma carteira de 8 mil clientes ativos e faturando 191 milhões de dólares ao ano, o atacado Vila Nova, empresa mineira com duas unidades na capital paulista e sede em Poços de Caldas (MG), é outro que aposta na prestação de serviço como determinante no relacionamento com os clientes. Essa visão, a empresa, que já utiliza um

sistema telepedidos na negociação com os varejistas, buscou se aproximar também dos consumidores finais. Em parceria com a Construtora Gafisa, o Vila Nova inaugurou em um condomínio fe-

chado da capital paulista o primeiro supermercado eletrônico do País. Através de quiosques multimídia instalados na entrada do condomínio, os consumidores previamente cadastrados podem fazer suas compras e recebê-las em casa.

Segundo Pedro Olavo Severino Filho, diretor de logística e informática do atacado Vila Nova, esse é o mercado do próximo milênio. Mas, na sua opinião, de nada adianta colocar uma central de telemarketing ou um supermercado eletrônico em operação, sem ter uma estrutura operacional com capacidade para atender toda a demanda. "O que realmente vai representar prestação de serviço é a logística de armazenagem e transporte. É a certeza de que seu produto será entregue no momento certo, com o melhor preço e sem nenhuma troca de mercadoria ou qualquer outro problema", argumenta. Por isso, os 320 representantes de vendas da divisão de atacado do Vila Nova trabalham munidos de notebooks e palmtops, transmitem os pedidos dos clientes visitados via modem para a central de telepedidos da empresa, atualmente com seis operadoras, através do Sistema Rempac - MST 400, da Embratel.

Igualmente procurando uma maior aproximação com seus 30 mil clientes ativos em três Estados, a Pennacchi, distribuidora atacadista instalada em Arapongas (PR), além de oferecer a seus parceiros uma linha gratuita só para reclamações ou sugestões, também procura facilitar a vida de seus clientes tornando mais ágeis suas compras. É que, integrados à sua Central de Atendimento ao Cliente, seus 580 representantes de vendas trabalham com



Pedro Olavo: loja virtual para prestar serviço

Nós não inventamos a roda, mas demos um bom uso para ela.



No mundo empresarial, nem sempre é preciso inventar a roda. Muitas vezes saber usá-la - e bem - faz a diferença. É isso o que o Grupo Águia Branca vem fazendo desde 1946. Unindo talento e tecnologia, diversificou suas atividades e cresceu. O Grupo, que iniciou suas atividades no Espírito Santo, hoje está presente em todo o país e no Mercosul. São 12 empresas, divididas em quatro unidades de negócios, que empregam seis mil funcionários. Só em 1995 foram 125 milhões de quilômetros rodados no transporte de passageiros e cargas. Há 50 anos, o compromisso do Grupo Águia Branca é usar a roda para oferecer as melhores soluções em logística e transporte.

Unidade Passageiros

Viação Águia Branca
Transporte Urbano
Águia Branca
Sulba - Cia. Viação
Sul Baiano

Unidade Cargas

Águia Branca Cargas
Catarinense Cargas
Autoport

Unidade Comércio

Automóvel
Kurumã
Vitória Diesel
Vitória Diesel Pneus
Unimicro

Unidade Serviços

Vix Locadora
e Transportes



GRUPO ÁGUIA BRANCA, 50 ANOS MOVIDOS A TALENTO E TECNOLOGIA.

Sede: Rodovia BR 262, Km 5 - Cariacica - ES - Tel.: (027) 336.1399 - Fax: (027) 336.1271

notebooks, emitindo pedidos via modem na hora da venda. "Fizemos uma avaliação e constatamos que os notebooks agilizarão em torno de 50% nosso trabalho; e isso com certeza se reflete no melhor atendimento ao cliente, que pode ser visitado mais vezes, com a segurança de ter a solicitação atendida corretamente", garante Milton Pennacchi, diretor administrativo da empresa. Segundo ele, a central de atendimento é importante para constatar como está o desempenho da empresa, onde há falhas e o que deve ser feito para melhorar.

Pedidos mais rápidos

Há cinco anos operando com uma central de telepedidos (21 operadores que recepcionam as solicitações enviadas por seus 200 representantes de vendas que cobrem o Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São

Paulo e Paraná), a Sucessores de Dorival Ribeiro, distribuidora atacadista de Curitiba (PR), que comercializa cerca de 1.400 itens entre gêneros alimentícios, artigos de higiene e limpeza, bebidas e utensílios domésticos, se prepara para ampliar sua prestação de serviço. A empresa deve estruturar um telemarketing no próximo ano, para funcionar paralelamente ao televendas. No novo sistema a distribuidora passará a receber pedidos efetuados pelos próprios varejistas, bem como sugestões e reclamações. "Essa linha direta vai efetivamente fazer com que tenhamos um serviço de telemarketing. Nossos clientes poderão agendar visitas, fazer cotação de preços, solicitação de visitas, críticas etc.", explica Lotário Ribeiro, diretor administrativo.

Na opinião de Aldir Roberto Altoe, assessor de diretoria da Zamboni,

distribuidora atacadista com sede em Além Paraíba (MG), que implantou telemarketing há um ano, o serviço é uma exigência da própria dinâmica do varejo. "As lojas não podem mais trabalhar com grandes estoques e, ao mesmo tempo, o dono do negócio não quer mais interromper sua rotina interna para ir até o atacado comprar as mercadorias em falta. Então, se o atacadista não estiver preparado para atender tal necessidade, ele ficará fora do mercado", conclui Aldair, salientando que a estratégia da Zamboni para suprir isso vem sendo manter seus 100 representantes de vendas trabalhando com palmtops, o que permite à empresa registrar a solicitação do cliente logo que formalizada e, imediatamente, iniciar todo o processamento deste a emissão da nota fiscal até a expedição, para que o varejista as receba até em 24 horas.

ACESSÓRIOS PARA EMPILHADEIRAS

METALSAUR

A SOLUÇÃO PARA MOVIMENTAÇÃO E ARMAZENAGEM DE MATERIAIS



Metalsaur é fabricante da mais extensa e avançada linha de acessórios hidráulicos e mecânicos para empilhadeiras da América do Sul. Seja qual for o tipo de carga a Metalsaur tem o acessório certo para solucionar o seu problema de movimentação e armazenagem. Com os equipamentos Metalsaur, você tem mais segurança, melhores resultados operacionais, muito mais economia, garantia, assistência técnica e peças de reposição.

METALSAUR ESTARÁ PRESENTE NA 7ª MOVIMAT



Metalsaur Equipamentos Ltda.

Matriz: Acesso à BR 285, Km 01 - Fone: (055) 375-4122 - Fax: (055) 375-4444 - Cx Postal 15 - CEP 98280-000 - PANAMBI - RS.
Filial: Rua Bernardino Fanganiello, 705 - Casa Verde - Fone: (011) 858-1012 - Fax: (011) 858-1335 - CEP 02512-000 - SÃO PAULO - SP.

REGISTRO DE MARCA - INPI Nº 100.000.000/0000

Você ainda armazena seus produtos desta forma?



A Longa tem a medida certa para sua armazenagem.



Criativa



A armazenagem correta dos produtos é de vital importância para o sucesso de uma empresa. Uma má armazenagem pode gerar danos aos materiais, atrasos na entrega, perda de tempo na procura de produtos, estoques sem controle adequado e, conseqüentemente, menor lucro. Somente uma empresa com a estrutura profissional da Longa pode fornecer o equipamento certo para sua armazenagem.



LONGA
1965 1996

LONGA INDUSTRIAL LTDA.
Av. João Batista Mascarenhas de Moraes, 2200
CEP 06172-280 - Vila Quitauna - Osasco - SP
Fone: (011) 703.0392 - Fax: (011) 703.1231



FROTA SOB CONTROLE



Desenvolvido pela indústria aeronáutica de Israel, chega ao Brasil o sistema eletrônico de controle de frota Automaster. O produto, comercializado pela Multi-T-Lock, é controlado pela chave do veículo e uma caixa preta, que faz o registro dos dados das viagens: início e fim do trajeto, distância percorrida, temperatura do motor, pressão do óleo, RPM etc. Além disso, o sistema possui um comando de voz que alerta o motorista em procedimentos irregulares, como ultrapassagens em alta velocidade. Se o Automaster não reconhecer a chave credenciada do veículo, uma voz dirá que a viagem não está autorizada e o carro não dá a partida. As informações armazenadas na caixa preta podem ser lidas a partir da conexão de um microcomputador. A caixa preta do Automaster armazena 2.500 viagens e a chave de 1.50 a 500 viagens.

MODELO COMPACTO

Com autonomia de até 6 horas para alimentação de até 20 computadores, está mercado o No-Break Compacto de 3KVA, da Engetron, fabricante de no-breaks inteligentes. Menor e mais leve que os modelos convencionais, o 3KVA possui software residente que possibilita a emissão de relatórios de supervisão, de falta de energia e de estatística. O equipamento executa também o fechamento automático de arquivos e é compatível com qualquer sistema operacional.

SISTEMA ATUALIZADO

O Siga Advanced, sistema de gerenciamento administrativo produzido pela Microsiga, chega ao mercado agora em versão Windows. O novo modelo é composto por nove módulos integrados: pcp, compras, faturamento, folha de pagamento, ativo fixo, estoque/custos, financeiro, contábil e livros fiscais. O Siga Advanced for Windows tem funcionalidade multi-task, que permite realizar várias operações ao mesmo tempo.

IMPRESSORA MULTIPLATAFORMA

Projetada para pequenos grupos de trabalho, a Apple Computer Brasil apresenta a nova impressora LaserWriter 12/640 PS, que atua nos sistemas operacionais MacOS, Windows e Unix. O equipamento já vem acompanhado de softwares Apple FinePrint e PhotoGrade, para impressão de textos e imagens com velocidade acima de 12 páginas por minuto. A LaserWriter suporta Adobe PostScript e linguagem PCL, o que possibilita operação multiplataforma.



TRIPC/RFID é o novo modelo da linha de coletores de dados de 16 bits da Trigon. Baseado em sistema operacional compatível com MS/DOS 6.2, o coletor dispõe de um periférico que é o Leitor de Gravador de Transponder da TIRIS (Texas Instruments Registration and Identification System). Com o transponder, dispositivo eletrônico armazenado dentro de uma estrutura plástica especial, o coletor tem capacidade de registrar um volume de dados maior que o código de barras.

SCANNER COM TECLADO

A Compaq Computer Corporation traz ao Brasil um scanner com software de gerenciamento de documentos e incorporado ao teclado, idealizado para profissionais liberais. O leitor óptico adota tecnologia OCR (Optical Character Recognition) e pode ser usado em mais de 50 aplicativos compatíveis com Windows, como fax, e-mail e editoração gráfica.

MICROIMPRESSÃO

Podendo ser acionada com um simples toque de botão, chegou no mercado nacional a impressora Pinpoint, da Domino. Trazida pela Sunnyvale, o equipamento realiza microimpressão Ink-Jet de apenas 0,6 mm, e 2.400 caracteres por segundo. A tecnologia Pinpoint é indicada para a marcação de pequenas embalagens, como ampolas, bebidas, cabos elétricos, entre outros.

NOVA VERSÃO

O Sistema Frota, desenvolvido pela Produsoft Informática, ganha nova versão: o Frota 10.0. Além de controlar a troca de pneus, nível de combustível, desempenho de motoristas, entre outros, o software vem com novas funções. Uma delas é viável através do módulo "Fornecedores", que oferece um cadastro completo dos fornecedores de peças e serviços terceirizados. Já o "Conjuntos Mecânicos" acompanha a durabilidade dos motores, câmbios e demais componentes de valor.

DADOS PRECISOS

TRIPC/RFID é o novo modelo da linha de coletores de dados de 16 bits da Trigon. Baseado em sistema operacional compatível com MS/DOS 6.2, o coletor dispõe de um periférico que é o Leitor de Gravador de Transponder da TIRIS (Texas Instruments Registration and Identification System). Com o transponder, dispositivo eletrônico armazenado dentro de uma estrutura plástica especial, o coletor tem capacidade de registrar um volume de dados maior que o código de barras.

INTERLOG USA'96

International Advanced Logistics Study Tour


Creating Customer Value with Logistics Strategies

Como Criar Valor Competitivo Usando a Estratégia Logística

- ▶ **Acompanhamento Técnico Integral**
Douglas M. Lambert & J. G. Vantine
- ▶ **Certificados**
University of North Florida
Disney University
- ▶ **Seminários**
Douglas M. Lambert, Ph.D.
Bernard La Londe, Ph.D.
- ▶ **Visitas Técnicas**
Ryder Logistics / J. C. Penney
Procter & Gamble / Excel Logistics
Wal-Mart / Coca-Cola

ESTUDE
LOGÍSTICA
COM QUEM
SABE E FAZ

ATLANTA - ORLANDO / USA
11 a 19 de outubro / 96

 Tradução Simultânea
Inglês-Português-Inglês

Realização



Colaboração



Apoio

VARIG

Informações e Inscrições:

fone: (011) 853.5444 fax: (011) 3064.9733

Participe



LOGISTI-K ARGENTINA '96

**EXPOSIÇÃO INTERNACIONAL
DE LOGÍSTICA E MOVIMENTAÇÃO
DE MERCADORIAS**

**INTERNATIONAL EXHIBITION
ON LOGISTICS AND
MATERIAL HANDLING**

**15, 16, 17 e 18 - Outubro / October 1996
CENTRO COSTA SALGUERO
Buenos Aires - Argentina**

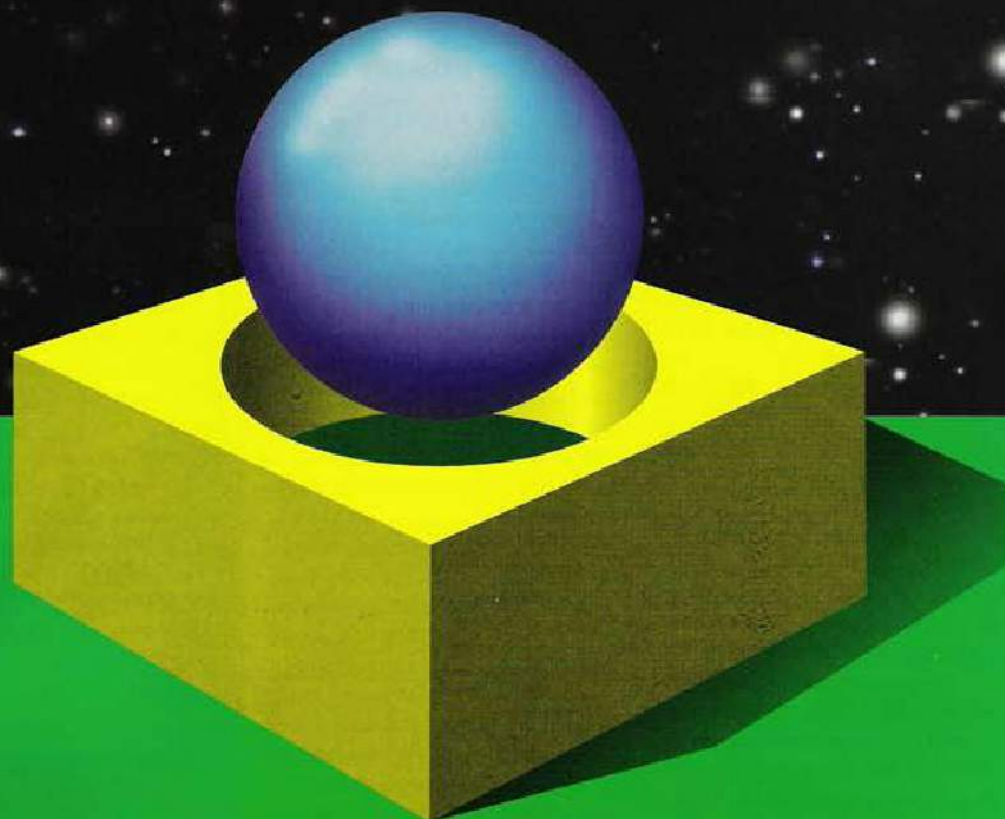
Com a cooperação de / With the cooperation of

Patrocinador / Sponsor



INFORMAÇÕES: EXPOTRADE S.A. - FAX (54-11) 313-2710

LOJISTAS: UM MUNDO SEM FRONTEIRAS.



37ª CONVENÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO LOJISTA

51º Seminário Nacional dos SPCs
25ª FENAL - Feira Nacional do Comércio Lojista

Belém-15 a 18 de Setembro/96

 **CNDL** Confederação
Nacional de
Dirigentes Lojistas

 **FCDL** Federação dos
Comerciantes de
Luzerna do Pará

 **CDL** Conselho
de Dirigentes
de Comércio Lojistas

Leves e pesados

GM, Mercedes e Ford lançam novos modelos de caminhões

Demonstrando preocupação com a segurança e conforto dos motoristas, a economia de combustível e em seguir as orientações para diminuir a emissão de poluentes no ar, as montadoras General Motors, Mercedes-Benz e Ford apresentaram ao mercado, em julho, suas novas linhas de caminhões, que têm inúmeras inovações. Recursos para maior segurança nas manobras, freio automático e controladores de emissão de poluentes são os diferenciais dos modelos.

A linha de importados GMC (6-100/ GMC-150, GMC 7-110 e o GMC 12-170/ 14-190 e 16-220), entre seis e 16 toneladas brutas, é a novidade da General Motors. O modelo de seis toneladas provém da Argentina, o de sete do Japão, e os de 12, 14 e 16 dos Estados Unidos. Apropriado para carregar quatro toneladas e circular em áreas urbanas e rurais, o GMC 6-100/6-150 tem cabinas convencionais e é equipado com motores Maxion S4 diesel de 90 cv e S4T Plus, turboalimentado com 150 cv. O modelo utiliza carrocerias abertas ou furgões, podendo ser aplicado em serviços de coletas e entrega de cargas fracionadas, produtos agrícolas ou industrializados.

Já o GMC 7-110 possui cabina avançada para a utilização em grandes cen-



Linha GMC da GM

tros urbanos, o que exige veículos mais compactos. O motor japonês, da Isuzu 4HF1, é aspirado, tem quatro cilindros, 4,3 litros, com 106 cv de potência.

Na categoria de caminhões médios, as versões GMC 12-170 (12 toneladas), 14-190 (15 toneladas) e 16-220 (16 toneladas) são equipadas com o motor Caterpillar diesel turbo intercooler modelo CAT 3116, de 6,6 litros de cilindrada total. Devido a isso, o sistema de bomba/bico é mais simples quando da manutenção, porque as unidades são específicas para cada cilindro do motor. Outro destaque importante é o capô, formado por seis partes, objetivando facilitar reparos, o que diminui os custos de manutenção.

A Mercedes-Benz lançou os modelos L-1218 (médio), L-1418 e L/LK-1620 (semipesados) da Série Brasil. As principais características são o estilo da cabina, painel de instrumentos remodelado, acabamento interno moderno, sistema de freios redimensionado, motores com recursos que diminuem a emissão de fuligem no ar, maior durabilidade e eficiência dos componentes.



L-1620 da Mercedes

O L-1218 substitui o modelo anterior, de mesma nomenclatura, continuando a ser utilizado para trans-

porte de carga geral urbana em até médias distâncias. O L-1418 é indicado para médias distâncias rodoviárias ou para ligação de entrepostos que necessitam de maior capacidade de carga. O L-1218 e o L-1418 recebem carrocerias de 5,8 a 6,7 metros de comprimento e têm o mesmo conjunto mecânico: motor OM-366 A turboalimentado, com 170 cv. Já o modelo L/LK-1620 tem a missão de substituir o L-1618, transportando até 16 toneladas. Seu motor OM-366 LA com 204 cv, é 7% mais econômico, sendo adequado para o transporte rodoviário de média distância.

O destaque da Ford é o caminhão leve, Cargo 814, líder do modelo F-4000. O novo veículo se destaca devido ao melhor aproveitamento da carroceria. Sua plataforma de carga é a maior do segmento, com longarinas medindo 640 mm, no modelo de 3,9 metros de entreeixos, permitindo melhor aproveitamento da área encarroçável e conseqüente ganho de produtividade. Apresentando cabina avançada, o Cargo 814 conta com o motor Cummins 4BTAA, quatro cilindros, 3,9 litros, turbo intercooler e 140 cv, transportando de 4 a 10 toneladas.



Cargo 814 da Ford

Devido a sua plataforma de carga, visibilidade e manobrabilidade, o Cargo 814 é ideal para entregas urbanas de cargas fracionadas, como no transporte de bebidas, botijões de gás, produtos alimentícios, hortifrutigranjeiros, mobílias, materiais de construção e carga expressa.

Presente no mercado de importação e exportação há 54 anos, a Columbia oferece os mais modernos conceitos de logística, operados por uma equipe de profissionais especializados em desenvolver e formatar a melhor solução para suas operações.

Com o *Sistema Integrado de Logística Columbia* você conta com uma estrutura modular de Terminal de Exportação, Terminal Retroportuário Alfandegado, Estações Aduaneiras do Interior, Transporte Multimodal, Operador Portuário e Centros de Distribuição. Tudo em uma só empresa, facilitando assim suas operações desde a nacionalização até o ponto final de entrega.

Através de seu sistema de informação associado a parceiros nacionais e internacionais, a Columbia opera com significativo conhecimento na administração de transportes, oferecendo facilidades às indústrias e grandes varejistas, com abrangência global. E a sua atuação vai além dos processos de importação e exportação, realizando também toda a gestão do sistema de transporte e distribuição nacional.

Sem dúvida, a Columbia tem a melhor solução para as operações de comércio exterior e distribuição. Venha conferir!

Central de Atendimento
011. 828 4600

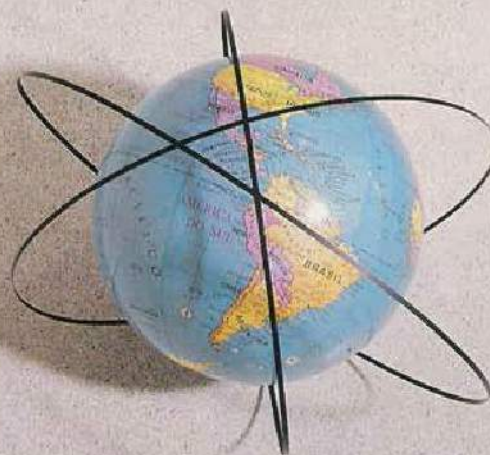


COLUMBIA

Av. Dr. Cardoso de Melo, 1750 - 11º andar
CEP 04548-000 - São Paulo - SP
Tel 828 4600 - Fax 828 0722

A SOLUÇÃO NO TRANSPORTE DE SEUS PRODUTOS

Sistema Integrado de Logística Columbia



LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO FÍSICA SÃO HOJE ÁREAS DE EXTREMA IMPORTÂNCIA PARA O SUCESSO DE UMA EMPRESA. UMA ESTRUTURA INEFICIENTE PODE GERAR ATRASO DE ENTREGAS, PRORROGAÇÃO DE DUPLICATAS, ESTOQUES MAL CONTROLADOS E UMA TRÁGICA CONSEQUÊNCIA COM TUDO ISSO: PERDA DE CLIENTES E DE DINHEIRO. JÁ UMA ESTRUTURA PROFISSIONAL PODE FUNCIONAR COMO UMA VERDADEIRA ALAVANCA DE VENDAS. E AGORA VOCÊ PODE USUFRUIR DE UMA ESTRUTURA PERFEITA EM LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO FÍSICA SEM TER QUE INVESTIR UM CAMINHÃO DE DINHEIRO. A DDF, UMA EMPRESA



LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO FÍSICA. VOCÊ PODE ESTAR PERDENDO CLIENTES E DINHEIRO COM ISSO.

DO GRUPO PHILIPS, PRESTA SERVIÇOS DE LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO FÍSICA MODULADOS DE FORMA A ATENDER AS NECESSIDADES DE QUALQUER TIPO E TAMANHO DE EMPRESA INDUSTRIAL OU COMERCIAL. VOCÊ PODE CONTAR COM ASSESSORIA E UM SISTEMA DE DISTRIBUIÇÃO FÍSICA QUE PERMITE UM TOTAL CONTROLE DE SUAS MERCADORIAS DESDE O FINAL DA LINHA DE PRODUÇÃO ATÉ A ENTREGA AOS SEUS CLIENTES. A DDF POSSUI DEPÓSITOS EM SÃO PAULO, RECIFE E MANAUS EM UMA ÁREA CONSTRUÍDA DE 50.000m² COM CAPACIDADE DE ARMAZENAGEM COM MAIS DE 40.000 PALETES. APOIANDO TODO ESTE SERVIÇO, A DDF TEM UM COMPLETO SISTEMA DE INFORMAÇÕES COMPUTADORIZADO (ON-LINE) QUE PROPORCIONA AOS SEUS CLIENTES UM GERENCIAMENTO GLOBAL DE TODO O PRO-



CESSO DE LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO FÍSICA. AGORA QUE VOCÊ CONHECE UM POUCO DE TUDO O QUE A DDF PODE OFERECER JÁ SABE O QUE ESTÁ PERDENDO.

DDF
Logística e
Distribuição Física

São Paulo - Tels.: (011) 964-1005/964-1014/964-1211 • Recife - Tel.: (081) 545-2076 • Manaus - Tel.: (092) 652-2211