

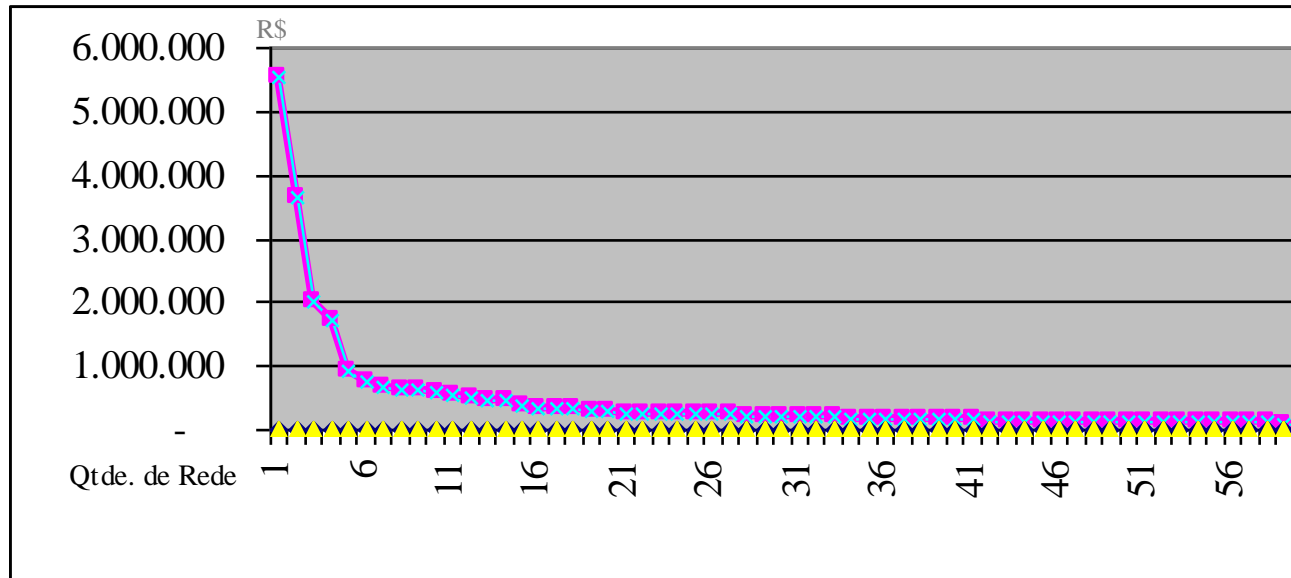


**“ A IMPORTÂNCIA DA  
LOGÍSTICA NO  
COMÉRCIO ELETRÔNICO**

**Por J.G.Vantine**

**São Paulo, 30 de Novembro de  
2000**

## GRÁFICO DO RANKING ABRAS

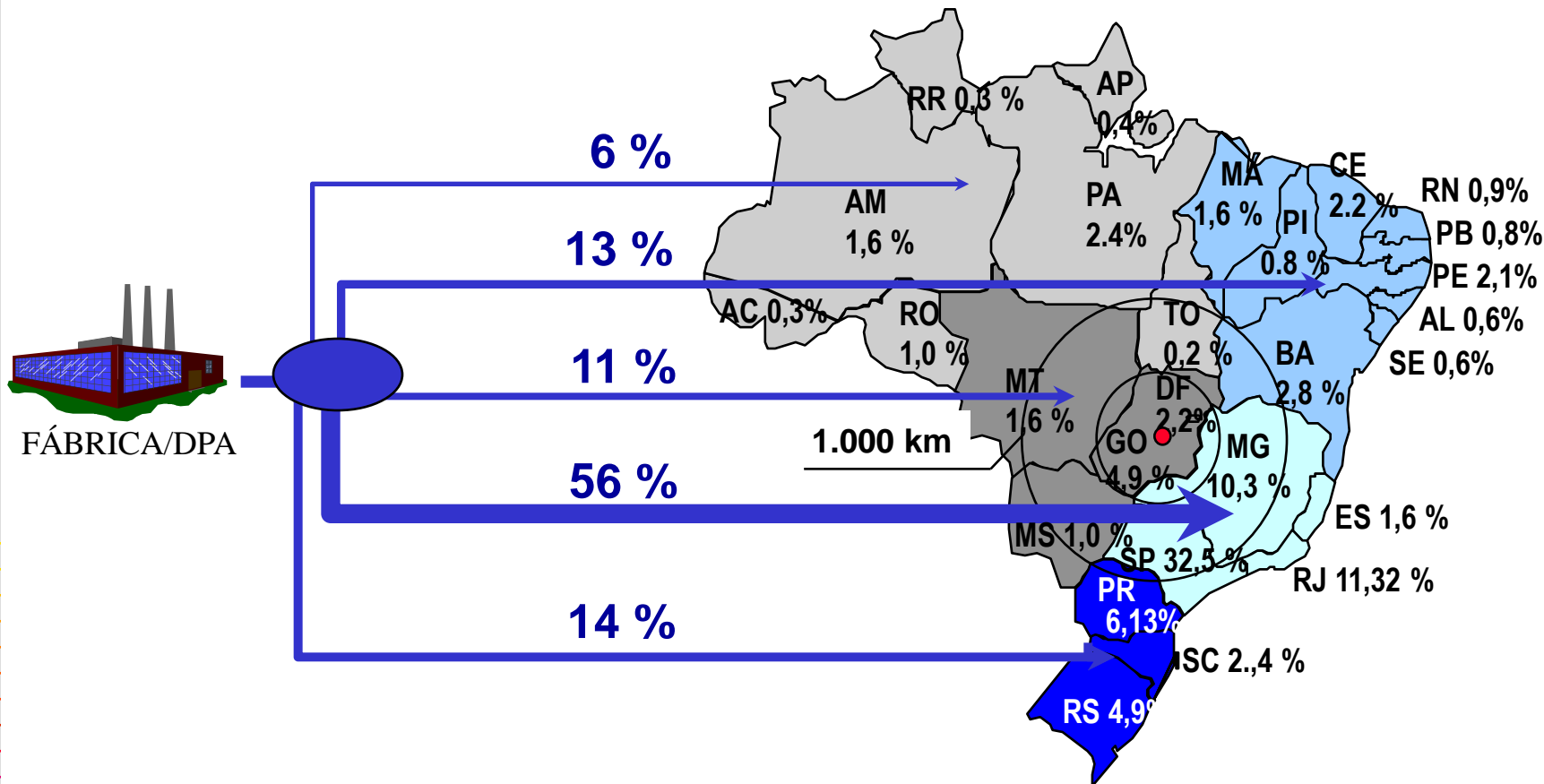


### SÃO PAULO

- N Empresas: 4681
- Nº Lojas: 5762
- Área Vendas: 3.4 Milhões M<sup>2</sup>
- Nº Check Outs: 31.000

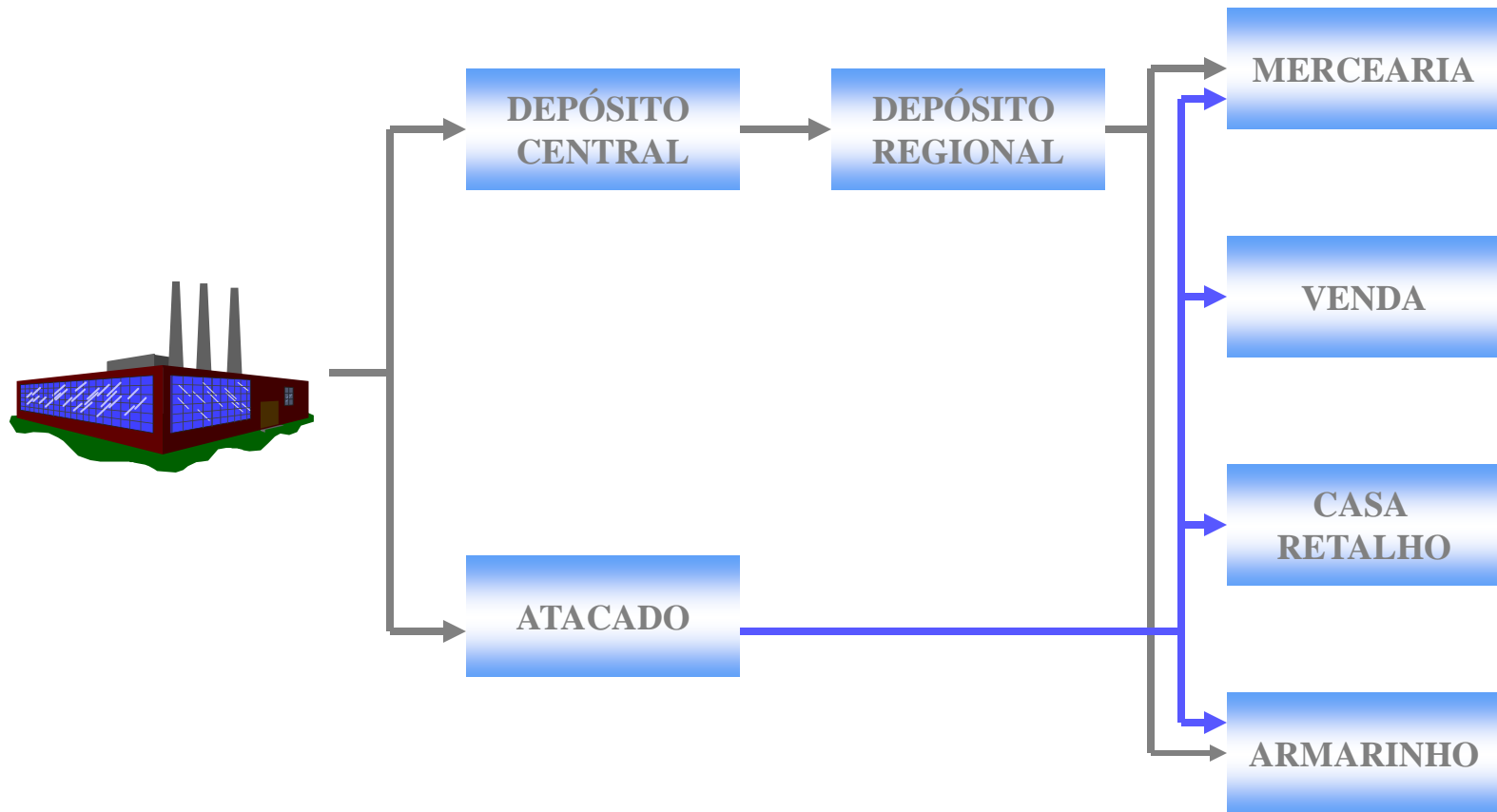
- Menor 300 M<sup>2</sup>: 50%
- Superior 2.500 M<sup>2</sup>: 3%
- Mais 10 Checkouts: 11%
- Até 2 Checkouts: 42

# DISTRIBUIÇÃO CONSUMO TÍPICO - BRASIL



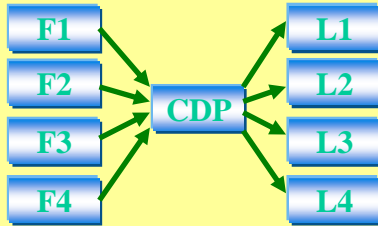


# DISTRIBUIÇÃO - VAREJO CONVENCIONAL

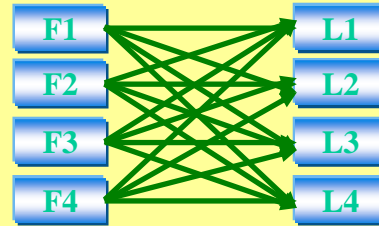


**SISTEMAS TRADICIONAIS**

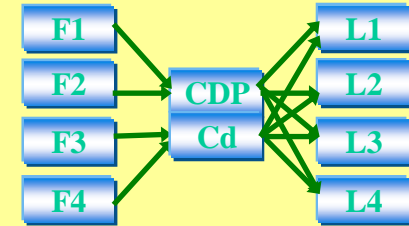
**EDD - Entrega Direta Depósito**



**EDL - Entrega Direta Loja**

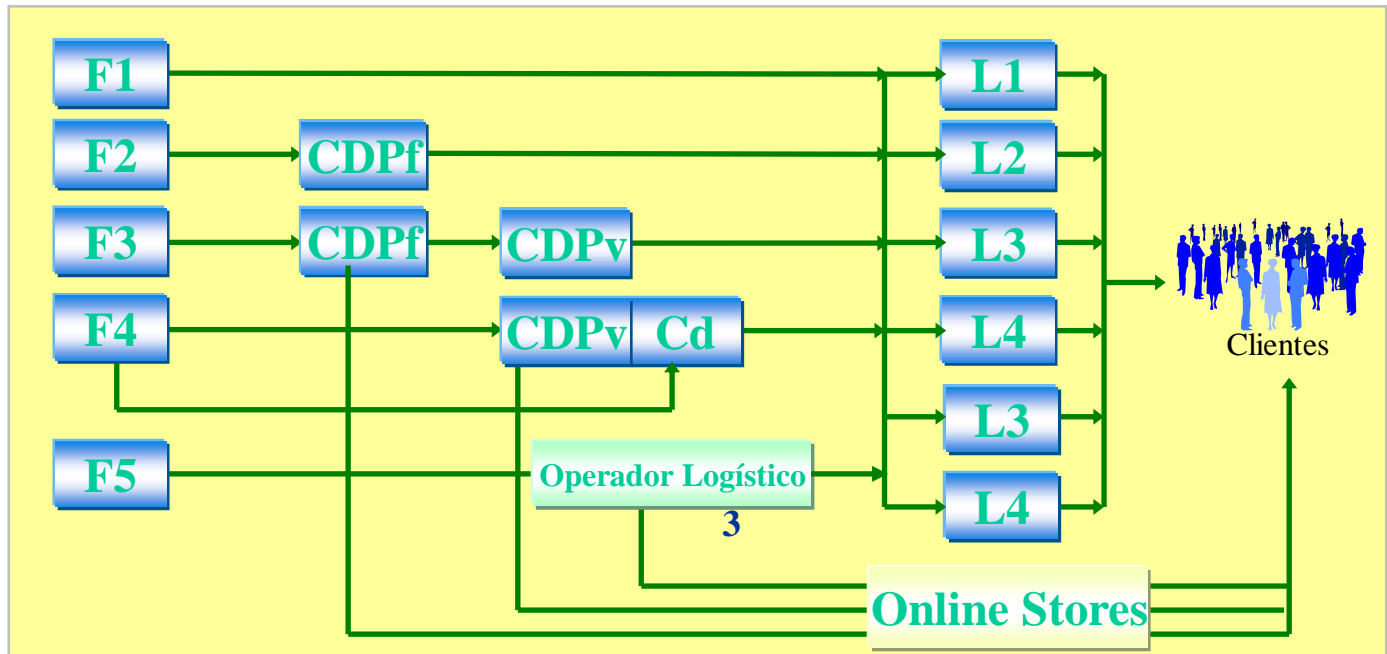


**ECD - Entrega Cross Docking**



**SISTEMA ÓTIMO DE ABASTECIMENTO**

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



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

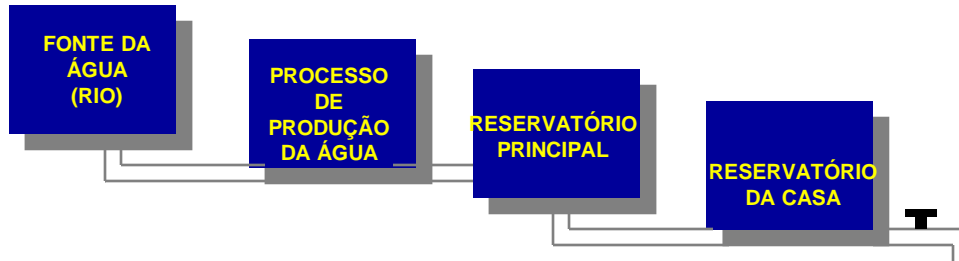
Os custos logísticos eram considerados básicos e inevitáveis como parte do negócio. A estratégia era focalizada no controle de custo e as medidas focalizadas no departamento, sem a exploração da sinergia.

- **ANOS 80: “INTEGRAÇÃO INTERNA”**

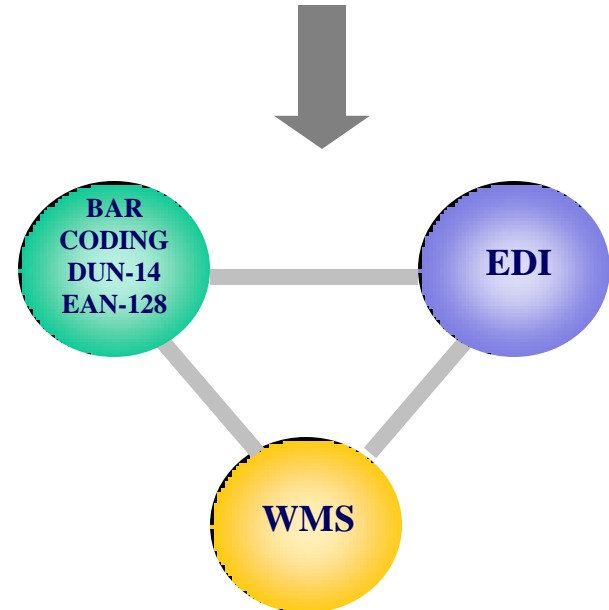
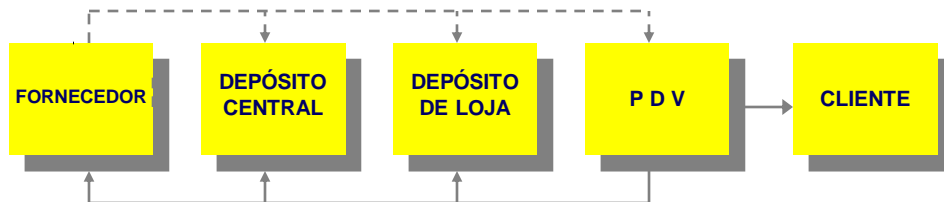
Desregulamentação do transporte, a rápida expansão econômica e o desenvolvimento de sistemas de informação ofereceram oportunidades de “trade-offs” nas funções logísticas. O foco foi a integração funcional.

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

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



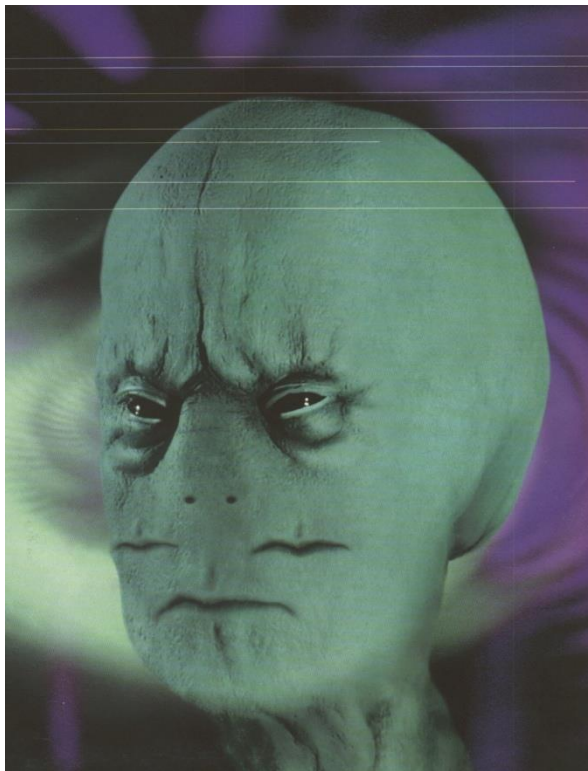
↙ PIPELINE LOGISTICS  
↙ FAST CYCLE TIME



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

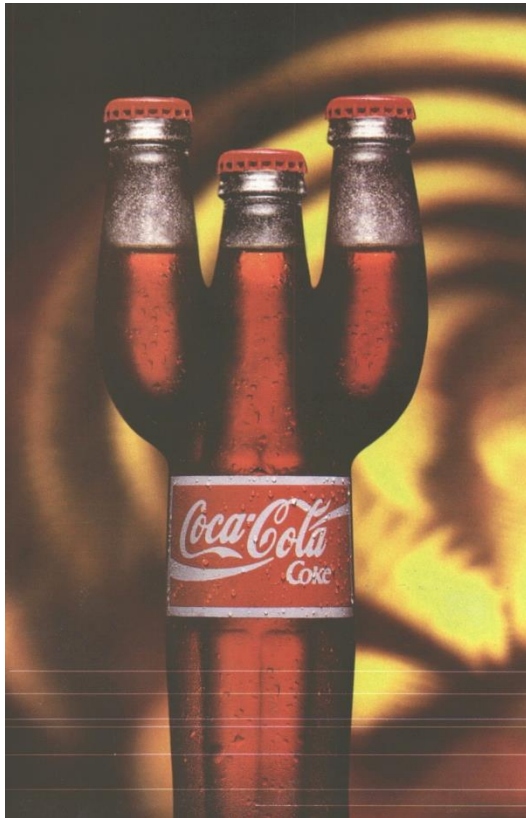


## PROBLEMA



**SE O  
CONSUMIDOR  
GLOBALIZADO  
É ASSIM...  
O QUE FAZER ?**

## SOLUÇÃO

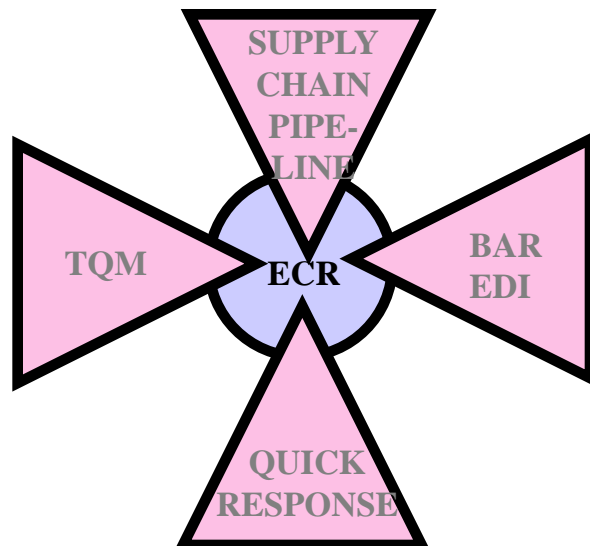


**CONHECER SEUS  
REQUERIMENTOS  
E ADEQUAR AS  
ESTRATÉGIAS  
DE SUA  
EMPRESA!**

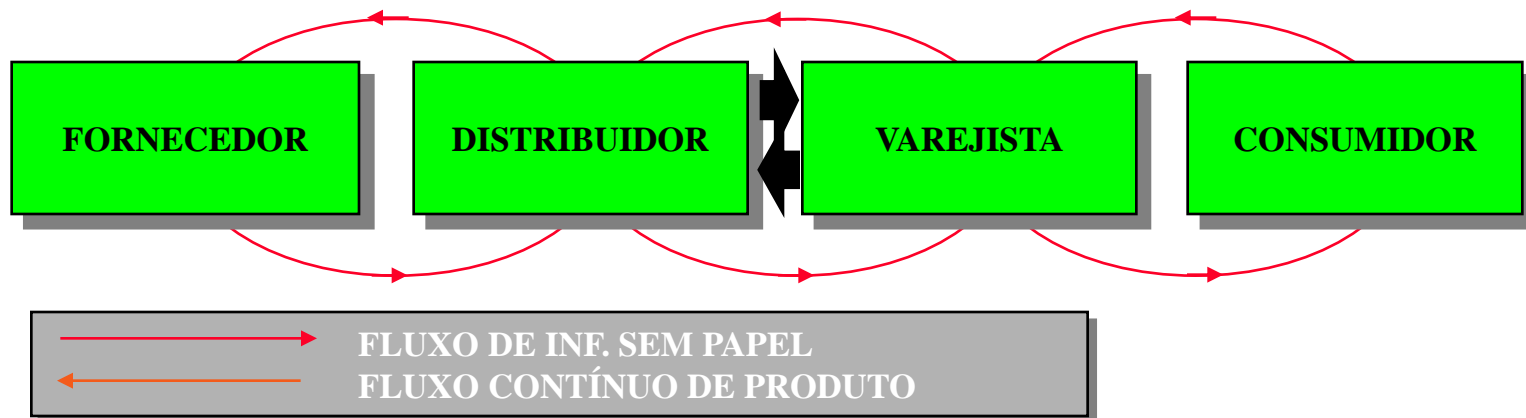
1. REDUÇÃO DE ESPAÇO E MINIMIZAÇÃO DE ESTOQUES
2. INTEGRAÇÃO COM FORNECEDORES (Parcerias / Alianças)
3. AUSÊNCIA DE “STOCKOUTS” EM TODO SISTEMA
4. ELEVADO NÍVEL DE SERVIÇO AO CLIENTE
5. BAIXO INVENTÁRIO ATRAVÉS DOS CANAIS
6. CO-OPERAÇÃO COM OS CLIENTES
7. IMPLEMENTAÇÃO DE MEDIDAS DE PERFORMANCE
8. APLICAÇÃO DO EDI
9. UTILIZAÇÃO DA TERCEIRIZAÇÃO
10. ABSOLUTO ENVOLVIMENTO DAS PESSOAS NO PROCESSO



**COLOCAR A EMPRESA  
EM MELHOR  
CONDIÇÃO DE COMPETIÇÃO !**



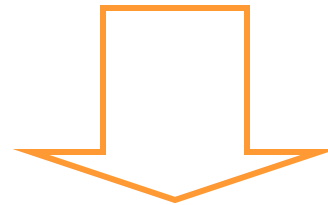
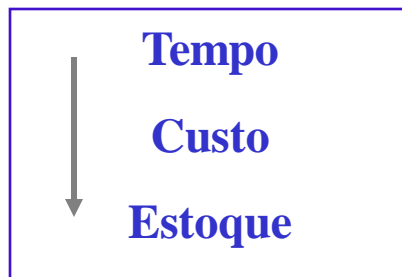
**ECR: ESTRATÉGIA DE PARCERIA  
ENTRE FORNECEDORES /  
DISTRIBUIDORES / VAREJISTAS,  
COM O OBJETIVO DE AGREGAR  
VALOR AO CONSUMIDOR FINAL**



**É UMA ESTRATÉGIA SISTÊMICA QUE INTEGRA TODOS OS PROCESSOS DA CADEIA DE ABASTECIMENTO DIRECIONADOS AOS FLUXOS DE PRODUTOS - INFORMAÇÕES - RECURSOS FINANCEIROS VISANDO PROPORCIONAR MAIOR VALOR AGREGADO AO FORNECEDOR.**

↳ **Business Reengineering**

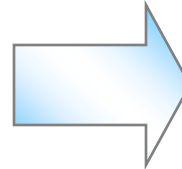
↳ **Redesigning the Supply Chain**





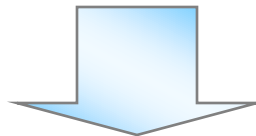
## ECR - ESTRATÉGIA

- Sortimento Eficiente
- Reposição Eficiente
- Promoção Eficiente
- Introdução Eficiente de Novos Produtos



## RESULTADOS

- Melhores Produtos
- Melhor Qualidade
- Melhor Sortimento
- Melhor Gestão Estoque
- Melhor Serviço



**MAIOR SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR**

## **E-COMMERCE - HOME DELIVERY**

- ◆ **NOVA FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO**
- ◆ **LIMITE = CRIATIVIDADE DE CADA EMPRESA**
- ◆ **LOGÍSTICA = LIMITE DA COMPETÊNCIA**
- ◆ **“EXTENDED LOGISTICS - CONSUMER SATISFATION”**
  - **DESEMBALAMENTO**
  - **INSTALAÇÃO**
  - **INSTRUÇÃO**
  - **RETIRADA PRODUTO DESCARTADO**

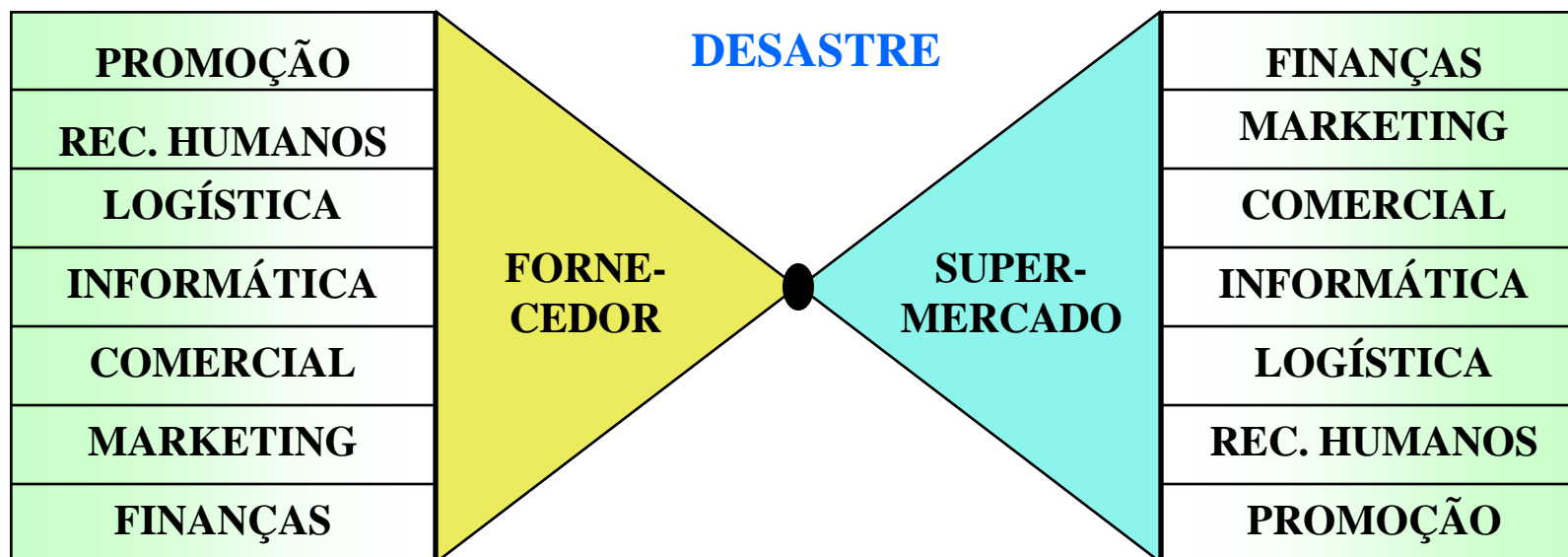
80's → **JUST IN**  
90's → **DELIVERY ON** **TIME**

**ALTERNÂNCIA DO FOCO LE VALOR  
MERCADO**

- **ARMAZENAGEM: OPERAÇÃO** → **TÁTICA**
- **DISTRIBUIÇÃO** → **RESULTANTE DE**  
**INTEGRAÇÃO**

- ↳ **POLÍTICA COMERCIAL / MERCADOLÓGICA**
- ↳ **ESTRATÉGIA LOGÍSTICA**
- ↳ **PLANEJAMENTO FLEXÍVEL DA PRODUÇÃO**

## RELAÇÃO CLIENTE / FORNECEDOR: FOCO TRADICIONAL

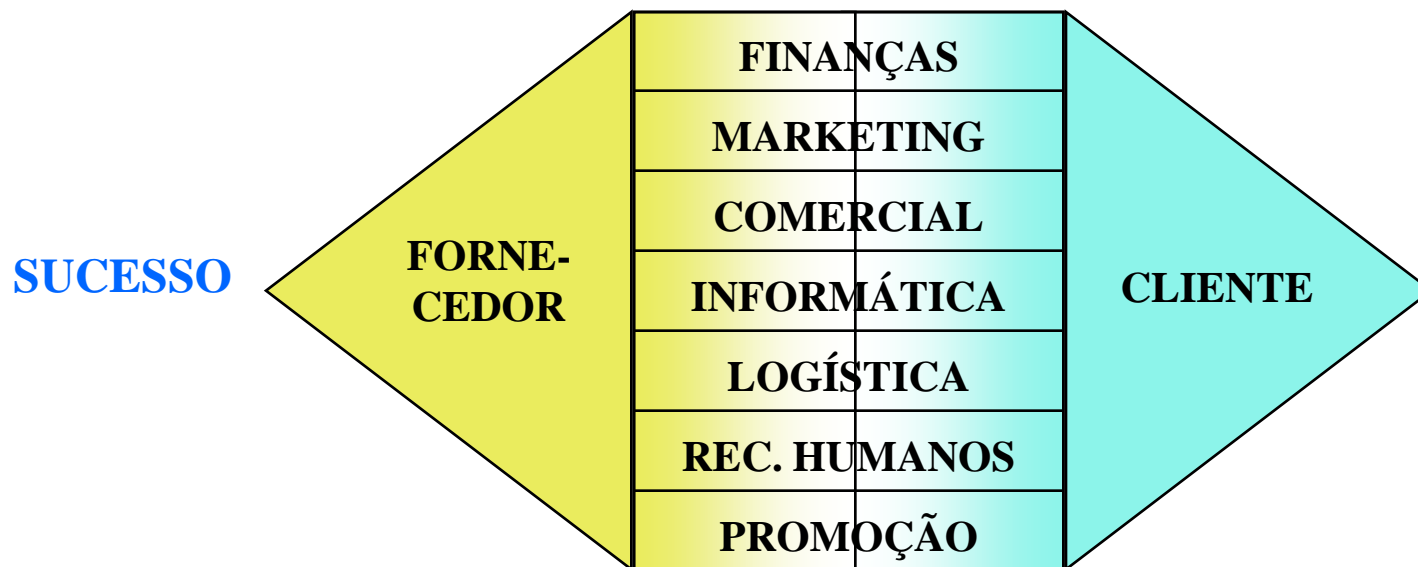


**VENDEDOR → COMPRADOR**

**CONTAS A RECEBER → CONTAS A PAGAR**

**MOTORISTA DO CAMINHÃO → CONFERENTE**

## RELAÇÃO CLIENTE / FORNECEDOR: FOCO ATUAL



**SINERGIA OPERACIONAL = SUCESSO**

**SUCESSO = LUCRATIVIDADE = CLIENTE SATISFEITO**



**“O PESSIMISTA QUEIXA-SE DO VENTO.**

**O OTIMISTA ESPERA QUE ELE MUDE.**

**O REALISTA AJUSTA AS VELAS.”**

**(William Ward - Teólogo Inglês)**

**1813-1882**



**VANTINE**  
CONSULTORIA

**Fone: (011) 3078-5444 Fax: (011) 3167-4733**

**E-MAIL: [logistics@vantine.com.br](mailto:logistics@vantine.com.br)**

**[www.vantine.com.br](http://www.vantine.com.br)**