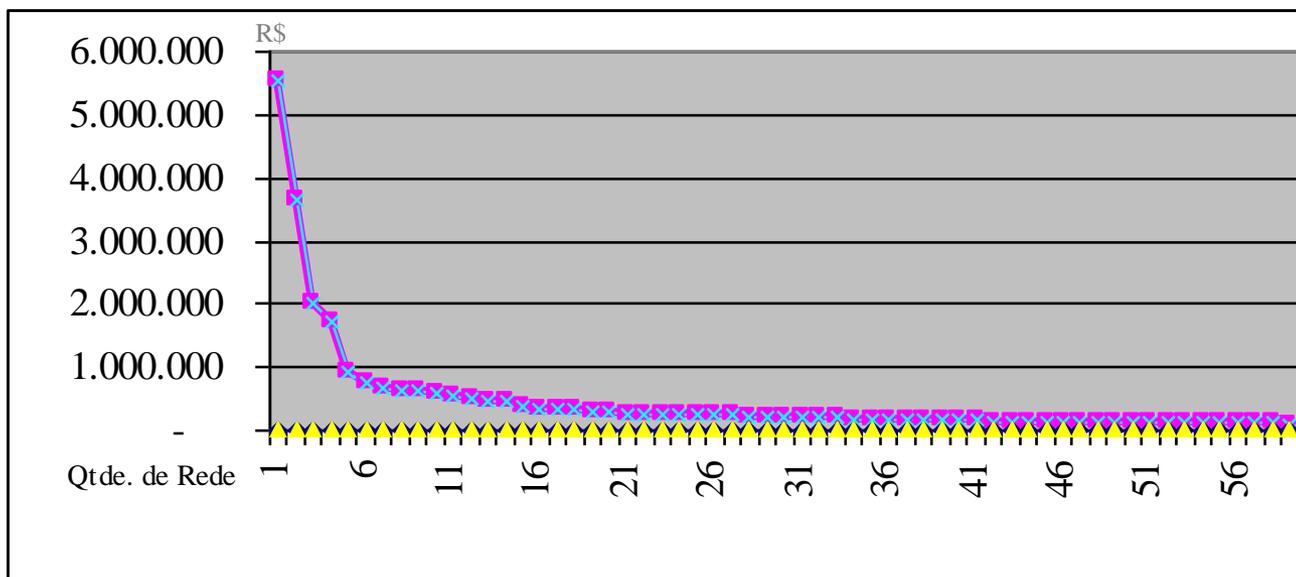


**“A LOGÍSTICA COMO FATOR  
CHAVE NO ATUAL  
AMBIENTE COMPETITIVO”**

**Por J.G.Vantine**

**São Paulo, 19 de outubro de 1999**

## GRÁFICO DO RANKING ABRAS

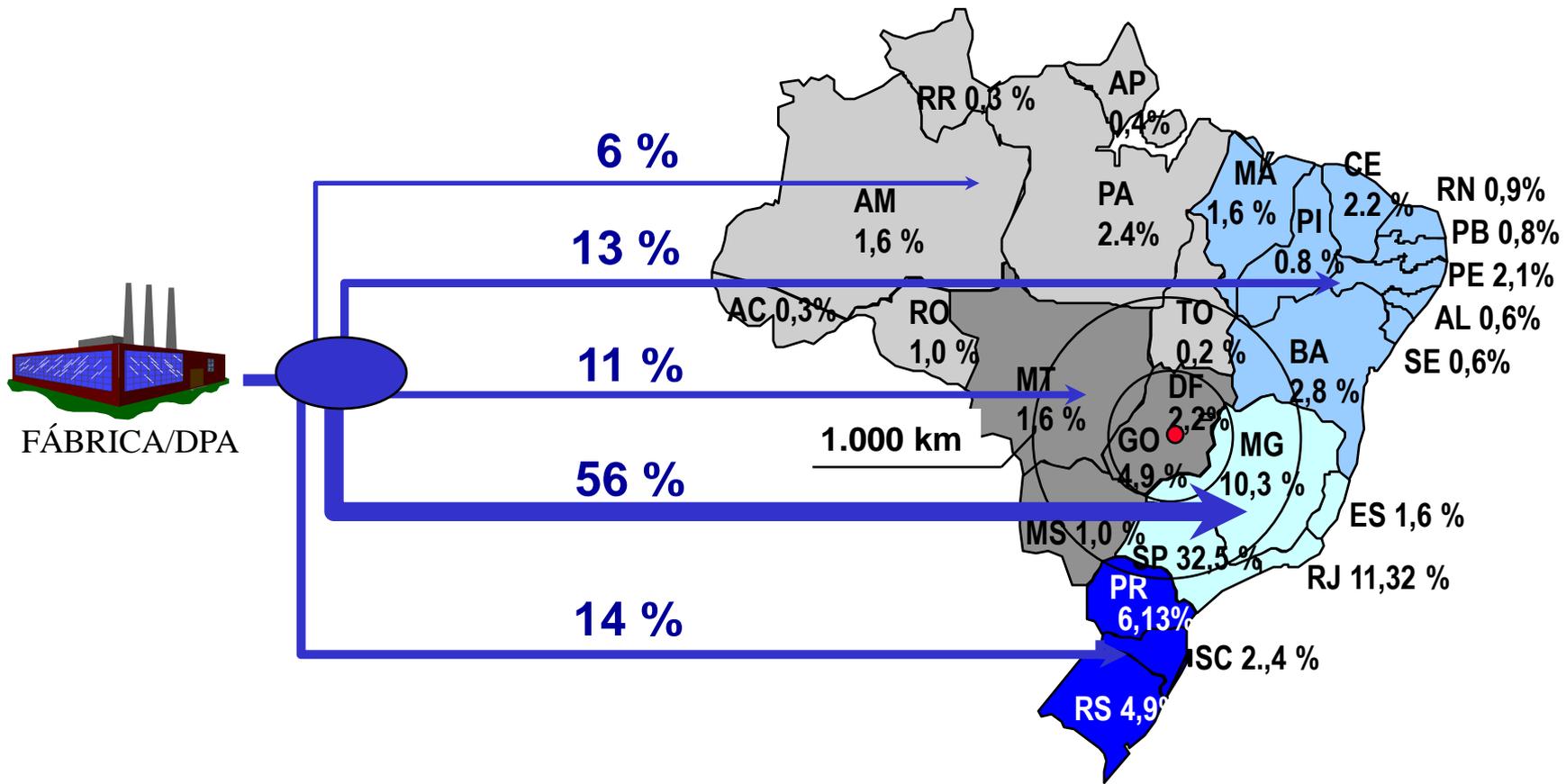


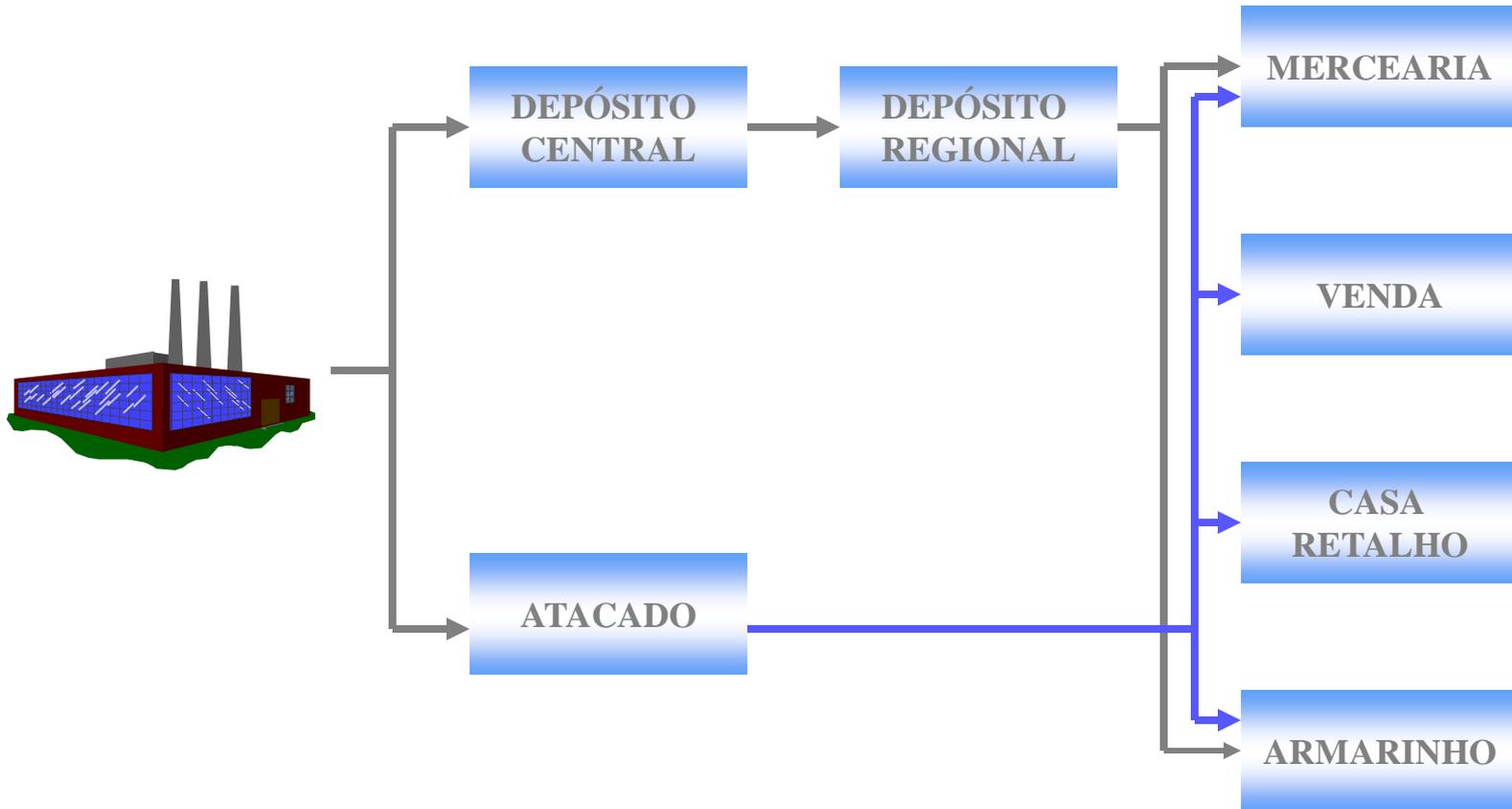
### SÃO PAULO

- N Empresas: 4681
- N° Lojas: 5762
- Área Vendas: 3.4 Milhões M<sup>2</sup>
- N° Check Outs: 31.000

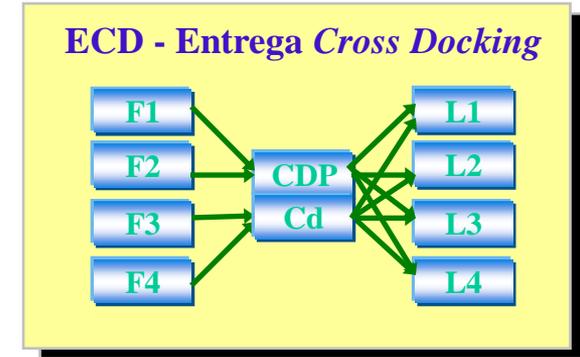
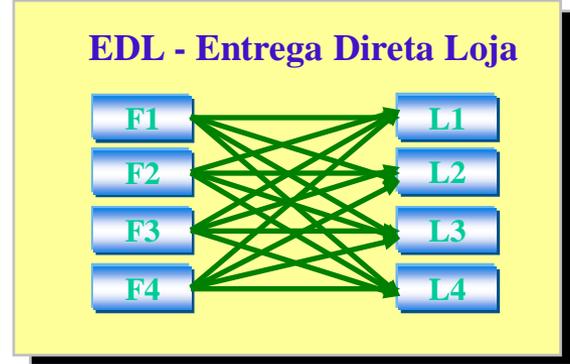
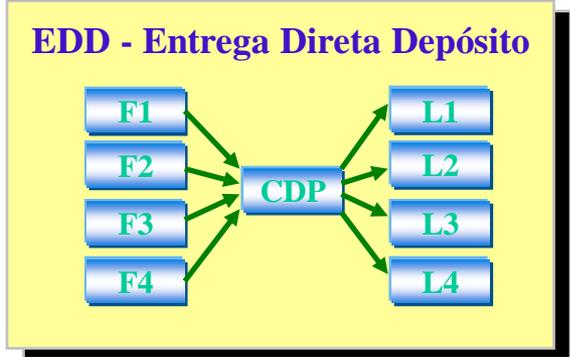
- Menor 300 M<sup>2</sup>: 50%
- Maior 2.500 M<sup>2</sup>: 3%
- Mais 10 Checkouts: 11%
- Até 2 Checkouts: 42

# DISTRIBUIÇÃO CONSUMO TÍPICO - BRASIL



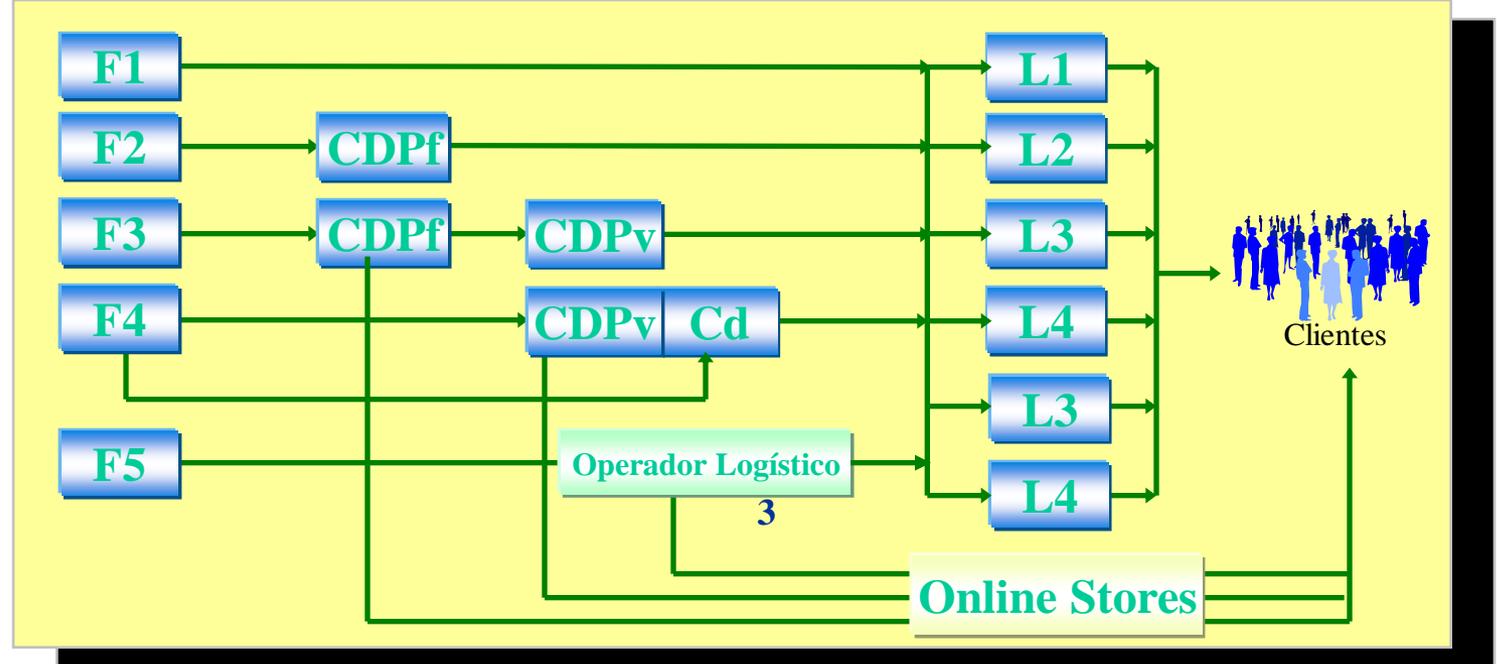


**SISTEMAS TRADICIONAIS**



**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”**

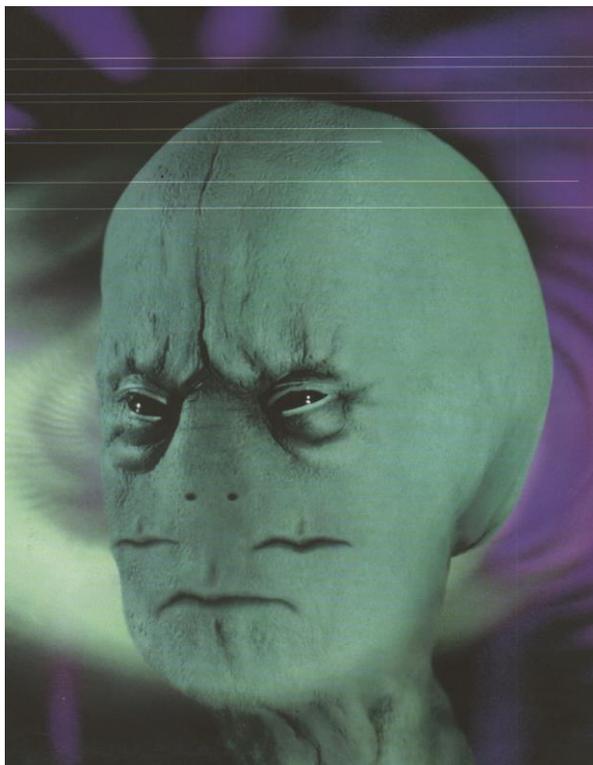
**Integração de esforços ultrapassam as fronteiras da empresa para otimização do sistema de distribuição. Formação de parceria e alianças para aumentar flexibilidade, reduzir custos e tempo no sistema de distribuição. É a nova chave do sucesso: “A SATISFAÇÃO DO CLIENTE”.**

**... é a parte do processo da cadeia de abastecimento que planeja, implementa e controla de forma eficaz e eficiente o fluxo e armazenamento de bens, serviços e informação relacionada, desde o ponto de origem ao ponto de consumo de modo a atender aos requisitos dos clientes.**

**(Council of Logistics Management, 1998)**

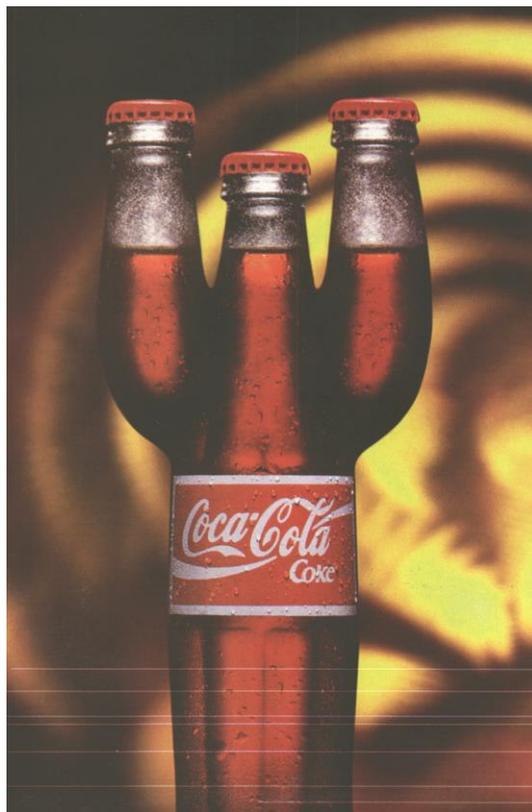
**“NESTA ERA DE MUDANÇAS  
DRAMÁTICAS, OS QUE TEM SEDE  
DE APRENDER, HERDARÃO O  
FUTURO. OS QUE ACREDITAM  
QUE JÁ SABEM TUDO, VÃO  
DESCOBRIR QUE ESTÃO  
PREPARADOS PARA VIVER  
EM UM MUNDO QUE JÁ NÃO  
EXISTE MAIS !”**

## PROBLEMA



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

## SOLUÇÃO



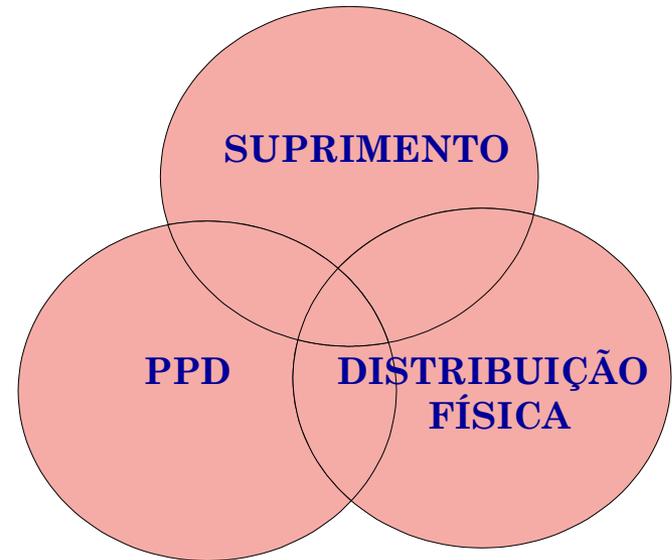
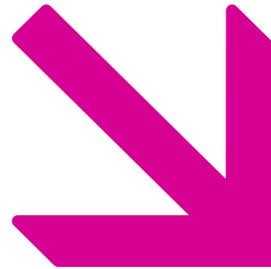
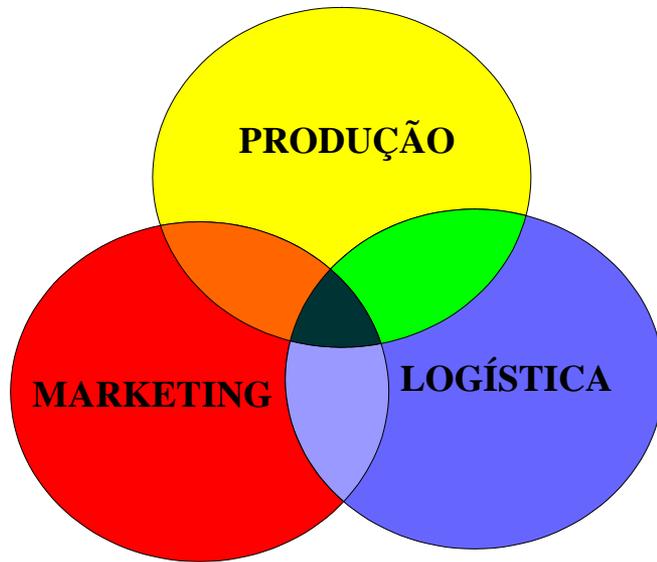
**CONHECER SEUS  
REQUERIMENTOS  
E ADEQUAR AS  
ESTRATÉGIAS  
DE SUA  
EMPRESA!**

## JIT + MRP + DRP



## DOT + ERP + WMS + TMS





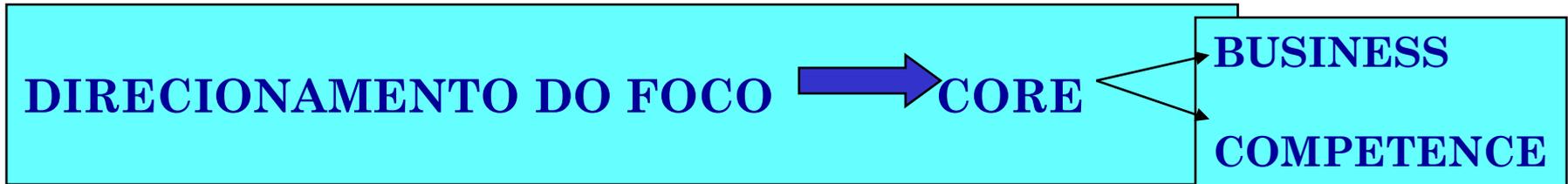
OU



- OCT que o cliente deseja
  - ↳ Promessa de Vendedor
  - ↳ Não aderência na entrega
- Requerimentos alinhados com política de serviços da empresa e não do departamento

## 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



• GLOBAL PLAYER → worldwide 3PL

↳ Inbound → Milk Run Process

↳ Outbound → Lead Logistics Provider (LLP)

• ESPECIALIZAÇÃO

↳ Canal de Distribuição  
↳ Região Geográfica

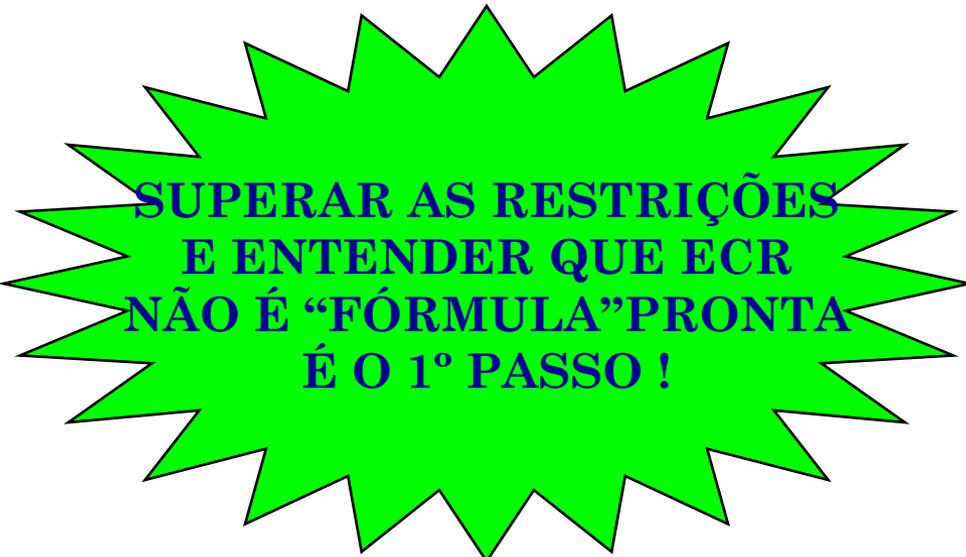


- ✓ ANÁLISE CAUSA - EFEITO COM ERRO DE ORIGEM
- ✓ RESULTADOS MUITO INFERIORES AO PLANEJADO NOS EUA
- ✓ MANUTENÇÃO DAS BARREIRAS IMPEDEM EVOLUÇÃO NO BRASIL
  - ↳ Cultura Cliente - Fornecedor
  - ↳ Diferentes níveis de Tecnologia: Processo & Informação

ABC

CRP

CM

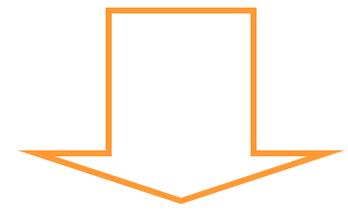
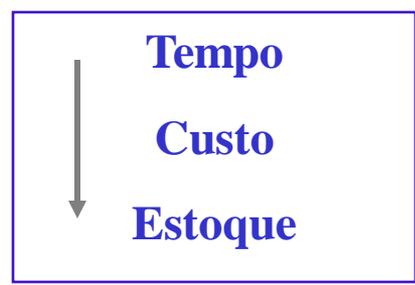
PADRONI-  
ZAÇÃO

**SUPERAR AS RESTRIÇÕES  
E ENTENDER QUE ECR  
NÃO É “FÓRMULA” PRONTA  
É O 1º PASSO!**

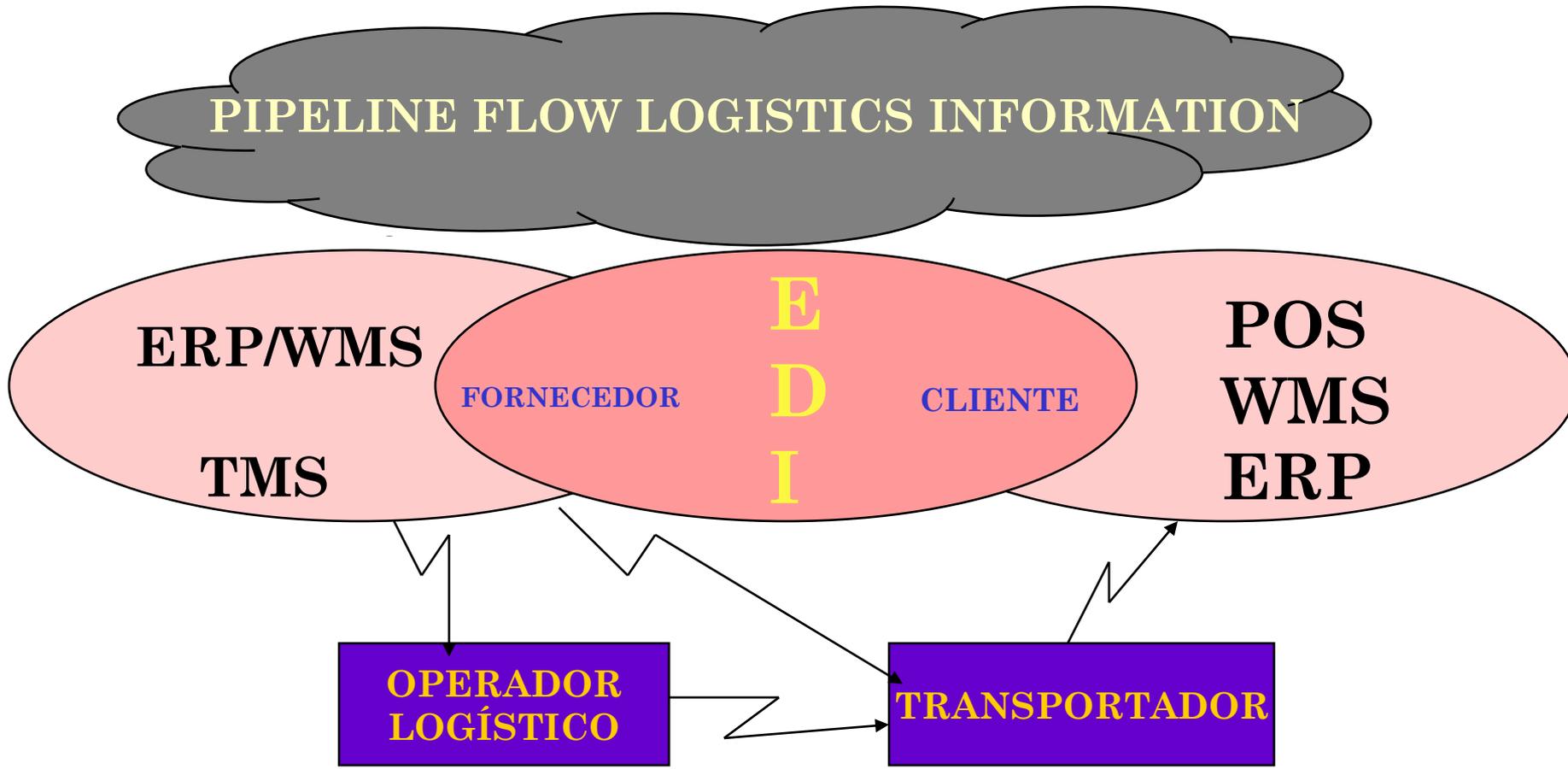
**É UMA ESTRATÉGIA SISTÊMICA QUE INTEGRA TODOS OS PROCESSO DA CADEIA DE ABASTECIMENTO DIRECIONADOS AOS FLUXOS DE PRODUTOS - INFORMAÇÕES - RECURSOS FINANCEIROS VISANDO PROPORCIONAR MAIOR VALOR AGREGADO AO FORNECEDOR.**

Business Reengineering

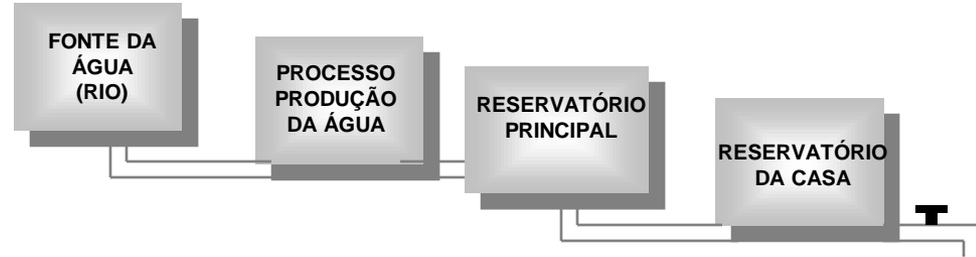
Redesigning the Supply Chain



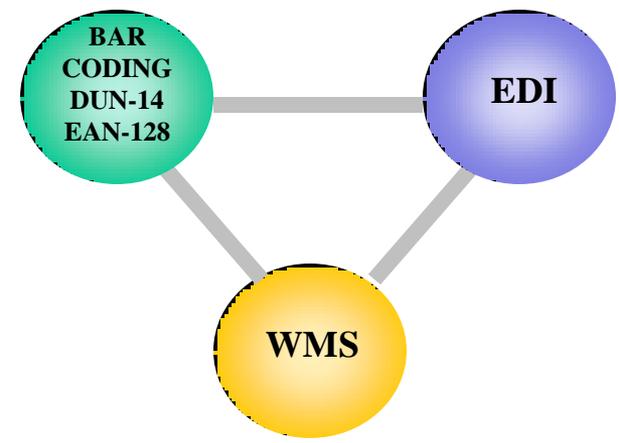
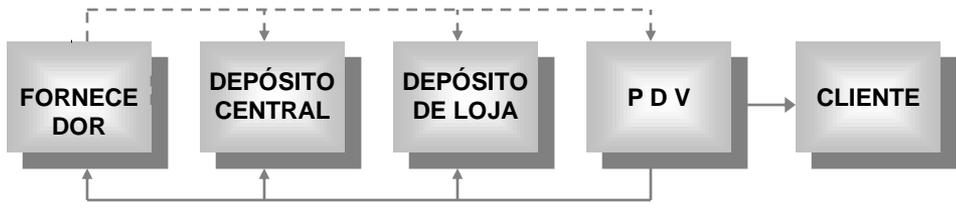
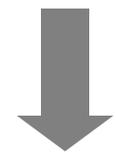
**PIPELINE FLOW LOGISTICS INFORMATION**



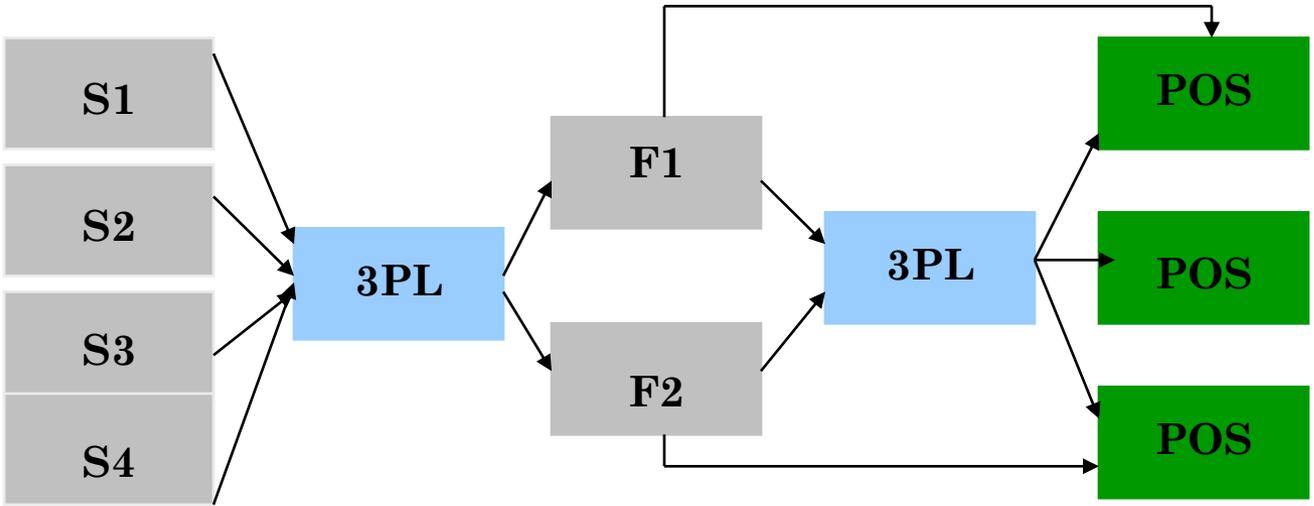
**A MAIORIA DAS EMPRESAS AINDA NÃO ENTENDEU O ENORME POTENCIAL DO “EDI - LOGISTICA.”**



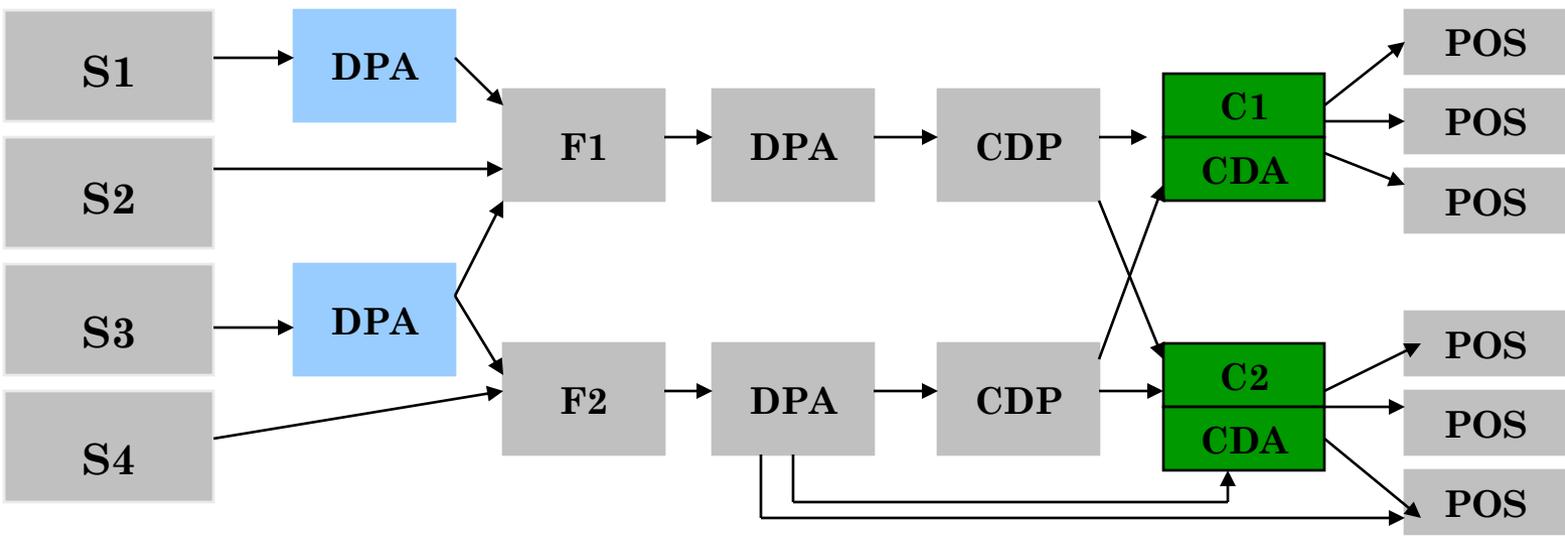
↙ PIPELINE LOGISTICS  
↙ FAST CYCLE TIME



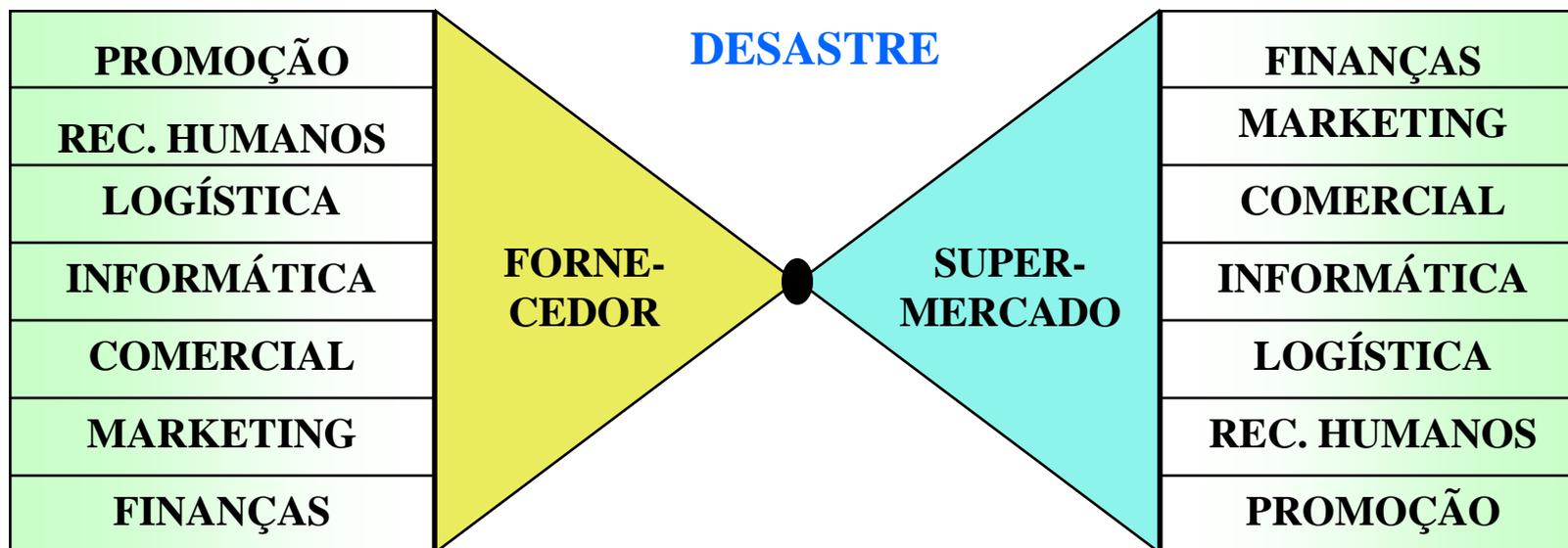
# SUPPLY CHAIN INTEGRATION SYSTEM



**Estratégia compartilhada de operações e informações que oferecem condições sustentadas de gestão de custos, tempo de ressuprimento e serviço.**



## RELAÇÃO CLIENTE / FORNECEDOR: FOCO TRADICIONAL

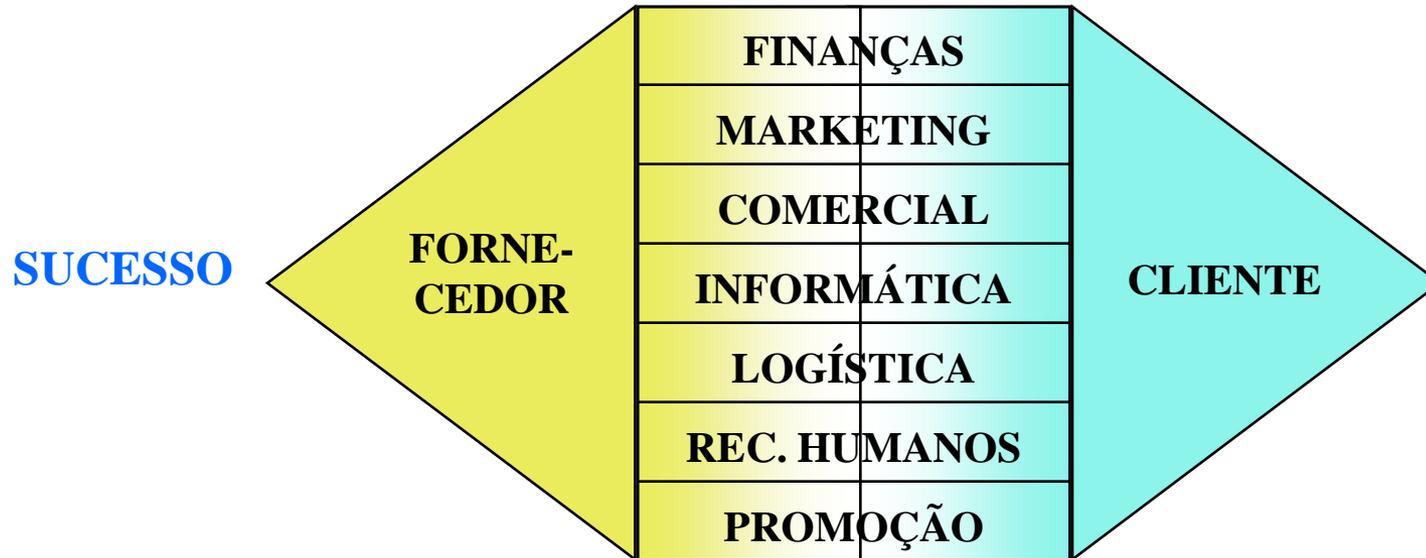


VENDEDOR → COMPRADOR

CONTAS A RECEBER → CONTAS A PAGAR

MOTORISTA DO CAMINHÃO → CONFERENTE

## RELAÇÃO CLIENTE / FORNECEDOR: FOCO ATUAL



**SUCESSO**

**SINERGIA OPERACIONAL = SUCESSO**

**SUCESSO = LUCRATIVIDADE = CLIENTE SATISFEITO**



**“NOSSAS DÚVIDAS SÃO TRAIÇOEIRAS  
E NOS FAZEM PERDER O PODER DA  
VITÓRIA, PELO MEDO DA TENTATIVA”**

**(William Shakespeare)**



**Fone: (011) 853-5444 Fax: (011) 3064-9733**

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

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