ANO 15 – NÚMERO 3 – NCZ$ 1,50 – MARÇO DE 1989

CDI-ABRAS
06 005 91

Superhiper

REVISTA MENSAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS SUPERMERCADOS

GERENTE

Um cargo estratégico

9º EXPO-ECOS
A mobilização do Centro-Oeste

Logística

O planejamento técnico-científico permite, por exemplo, que determinado produto/item consumo esteja no lugar certo no momento certo, de forma a atender perfeitamente às necessidades e desejos do consumidor e maximizar as vendas.

A ineficiência e/ou ociosidade de uma das operações da distribuição física pode ter reflexos no preço final do produto, passando, portanto, a ser um fator de limitação ao crescimento do segmento de mercado envolvido

A racionalização da distribuição física

Ernesto Promenzio

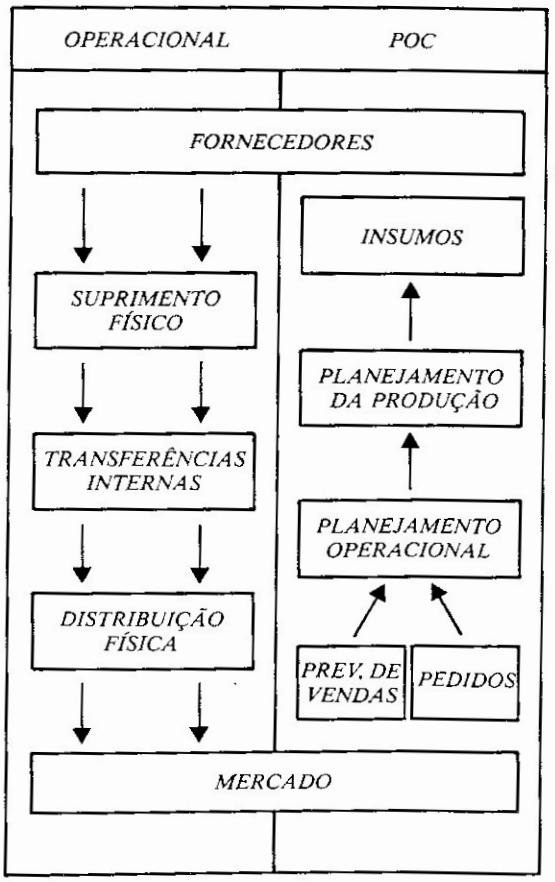
A visão restrita à compreensão das atividades distributivas como geradoras unicamente de despesas, como corrosivas de margens e resultados, está ficando de lado, sendo substituída, com um enfoque mais abrangente, pela reflexão estratégica dos custos de distribuição sob a ótica da administração da logística integrada.

Define-se logística como a função de otimização do fluxo de materiais, pessoas e informações no sistema de uma organização.

Para o caso de bens de consumo, bens industriais, o fluxo de materiais refere-se às atividades de movimentação, armazenagem, estocagem desde as fontes de suprimentos das matérias-primas e insumos, nas instalações da empresa produtora, nos canais de distribuição, até o consumidor final.

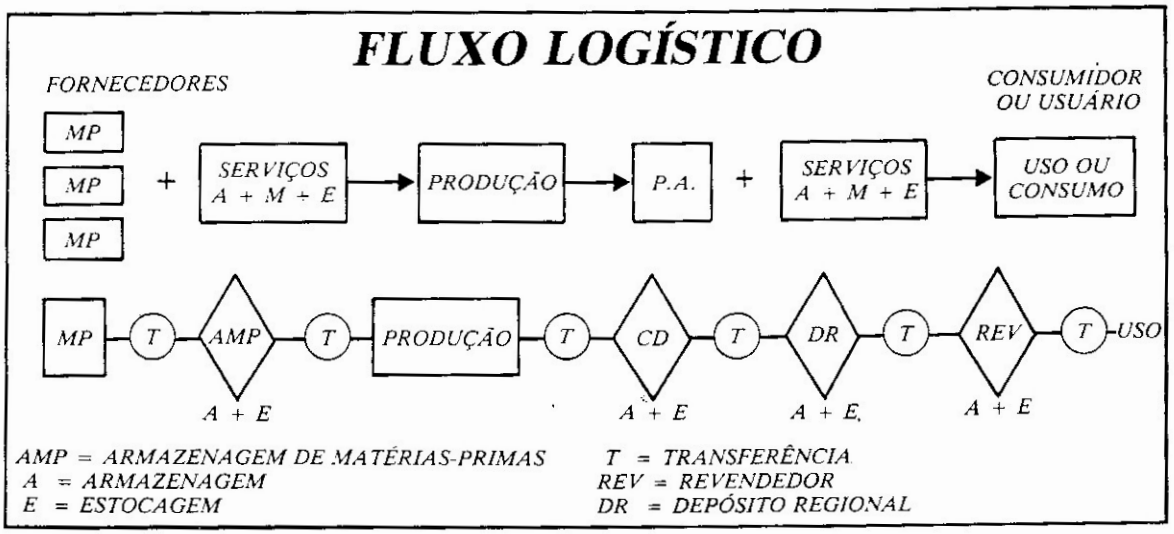
Entende-se por logística integrada a abordagem sistêmica de todas as atividades de movimentação, armazenagem e estocagem sob o enfoque operacional e administrativo, de planejamento e controle.

Ernesto Promenzio é gerente comercial da LPC Indústrias Alimentícias



O fluxo logístico para bens de consumo pode ser esquematicamente demonstrado da seguinte forma: ▷

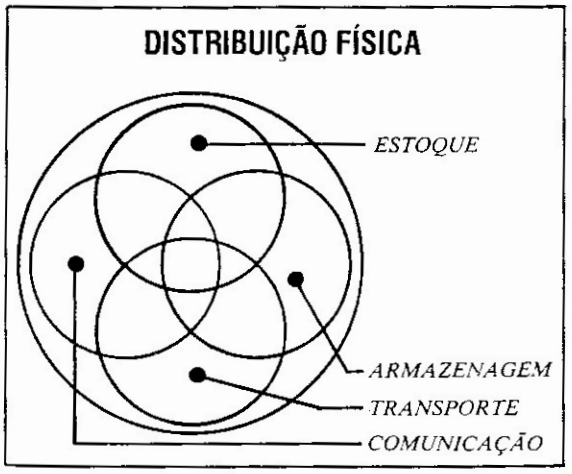
ANOTE NO CARTÃO: SH-03.89.086 ▲



Se considerarmos somente as atividades logísticas após a produção, estaremos tratando da distribuição física e dos diferentes canais, o que trataremos de uma maneira genérica como distribuição.

OS ELEMENTOS DA DISTRIBUIÇÃO FÍSICA

Os elementos da distribuição física devem ser administrados sob o aspecto sistemático e interdependente.



Através de um planejamento técnico-científico podemos ter o produto/item consumo no lugar e momento certo, preservando suas características qualitativas com os custos envolvidos no processo otimizado e buscando com isso a maximização das vendas ao atendermos às necessidades e desejos do consumidor.

A ineficiência e/ou ociosidade de uma determinada operação acaba refletindo no preço final do produto e, por conseqüência, passa a ser um fator limitante à expansão do segmento do mercado envolvido.

Por outro lado, temos uma forte pressão de custos. Como por exemplo: a constante valorização da mão-de-obra e o impacto da nova Constituição, o transporte rodoviário de carga com frete abaixo do custo real necessitando ser viabilizado.

De necessário passamos a ter como fundamental o entendimento e entrosamento entre fornecedores e clientes no sentido de, juntos, buscarem as melhores soluções técnicas e econômicas para racionalização da distribuição física.

É importante entendermos cada elemento que constitui os custos da distribuição física e sua interação.

ESTOQUE

Podemos dizer que estoque é a quantidade de produtos ou insumos disponíveis para serem transformados em produto acabado ou faturamento. De maneira simplista, é o custo do capital imobilizado versus o tempo de transformação em venda ou em um novo produto.

A importância estratégica dos níveis de estoque nos diferentes pontos de armazenagem está na determinação do nível ótimo, de forma a permitir o processo contínuo de fabricação e não se terem interrupções no fluxo de escoamento ao longo dos canais.

ARMAZENAGEM

Todo complexo envolvido na guarda e manuseio de produtos e insumos. O custo de armazenagem é todo aquele associado à infra-estrutura do armazém, suas instalações, manutenção, manuseio dos produtos estocados, seguros, embalagens, etc.

Aqui temos mais um ponto onde o intercâmbio entre empresas é de vital importância no sentido de uma padronização de embalagens, paletização e sistema de movimentação, entre outros, objetivando gerar uma economia operacional de todos os envolvidos. ▷

ANOTE NO CARTÃO: SH-03.89.089 ▶

TRANSPORTE

Transferência física de um produto de um lugar para outro. Sob o aspecto custo, temos um estoque de trânsito, onde o tempo e todos os custos relativos ao modal utilizado, equipamento imobilizado, infra-estrutura necessária, manutenção, operação, seguro, etc. são importantes. A agilização das transferências e transporte em lotes maiores gera uma significativa economia ao sistema.

Se calcularmos na ponta do lápis quanto custa uma fila de caminhões aguardando a vez de descarga por processo de estiva, concluiremos para a maioria dos casos que a perda foi maior que o lucro gerado pela atividade de comercialização dos produtos envolvidos.

COMUNICAÇÃO

A boa interação entre os componentes da distribuição física depende da eficiência das comunicações e seu processamento.

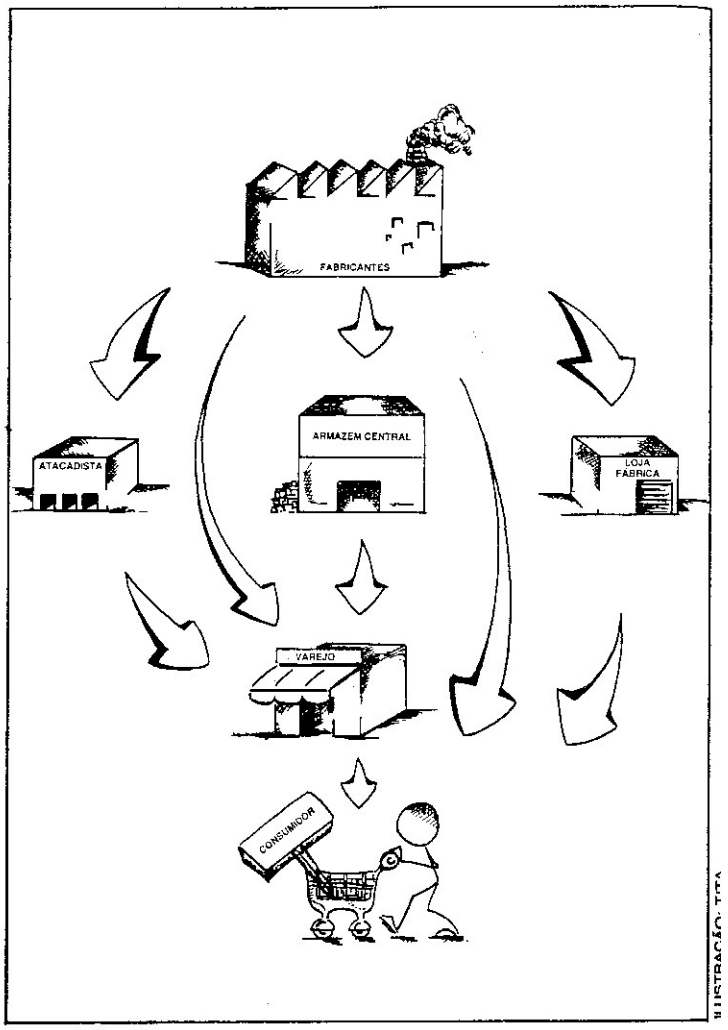
O custo de comunicação é todo aquele associado à transmissão e processamento das informações. Normalmente são baixos, na ordem de 5% do custo logístico total, mas sua importância no sistema é incalculável.

Um dos itens de comunicação que oferece grande potencial são as informações contidas nas embalagens. O nome do produto, tipo, código, fabricante, quantidade, peso líquido, peso bruto, data de fabricação, empilhamento, arranjo e palete são algumas das informações de grande valia para a racionalização da distribuição física e de grande importância sob a visão integrada fornecedor e cliente. O código de barras é outra ferramenta em franca expansão de participação e que oferece resultados positivos significativos.

Cada vez mais, a importância das atividades responsáveis pela efetivação do abastecimento das necessidades do mercado consumidor vem despertando a atenção e o interesse dos responsáveis pelas atividades econômicas, quer do ponto de vista macroeconômico (conjunto de todos os produtos, bens e serviços), quer do ponto de vista microeconômico (a empresa e seus produtos).

Quando se fala em racionalização da distribuição, entende-se a obtenção do menor custo através da otimização do fluxo de escoamento de produtos nos canais de comercialização.

A obtenção do fluxo ótimo, nos canais de distribuição, depende da complexa integração das atividades das empresas fornecedoras e suas diferentes estruturas de distribuição física com as das organizações que atuam nos canais de comercialização e suas diferentes estruturas de distribuição física.



Na estrutura das organizações dos canais convergem os sistemas de distribuição concebidos sob o enfoque de cada empresa-fornecedor, que compreende:

Embalagens: primária e secundária

A embalagem é a base do sistema e tem influência em todo o processo de produção até o consumidor. Entre as funções de proteger, vender e conter, a embalagem deve ser projetada a fim de possibilitar a paletização, o emprego do unitizador, etc.

Paletização: o palete é um instrumento que pode gerar significativos ganhos de produtividade se utilizado dentro de um contexto sistêmico e integrado.

PALETIZAÇÃO

Sua introdução no mercado brasileiro, via multinacionais que aqui se instalam, vem ganhando adeptos em função dos resultados positivos que apresenta. Porém, seu crescimento desorientado gerou uma quantidade significativa

de modelos e tipos dada a utilização no âmbito interno das empresas.

Atualmente existe uma forte tendência de padronização no palete 1,00 x 1,20 metro e formação do "pool" de paletes, para que o mesmo seja utilizado em todo o processo de distribuição física.

Transporte/entregas: as decisões ligadas ao abastecimento ponto-a-ponto ou ao depósito central; e a utilização de prestadores de serviços.

Armazenagem: própria, de terceiros e a disponibilidade nos canais.

Estoque: a política de giro x canais.

Facilidades: áreas de armazenagem, plataformas de carga e descarga, rolls, etc.

No canal de auto-serviço (lojas de conveniência, supermercados e hipermercados), setor responsável por 5% do PIB, que só no caso de produtos alimentícios industrializados responde por 80% do abastecimento, os gastos logísticos com a movimentação, armazenagem, estocagem e administração de toda a gama de bens de consumo distribuídos giram em torno de 3 a 4 bilhões de dólares. Cifra bastante expressiva dentro do contexto de todas as empresas envolvidas (produtores, prestadores de serviços e supermercadistas) e da economia como um todo, pois afeta diretamente grande parcela da população quanto às suas necessidades de consumo.

Porém, é grande a dificuldade de precisar os custos logísticos da distribuição, em função do sistema contábil adotado pelas empresas, devido à complexa legislação fiscal e contábil, da instabilidade da moeda nacional e da compreensão de abordagem integrada da logística de distribuição. E, para obter-se o melhor desempenho, é necessário ter conhecimento dos custos totais e a análise de sensibilidade da correlação entre os componentes de custo dos diferentes sistemas, a fim de detectarem-se os fatores de redução de custos sem comprometer o nível de serviço desejado.

O desenvolvimento e aplicação do DPP (Direct Product Profit) ou lucro direto por produto (LDP) são fundamentais para a dissecação dos custos logísticos na gestão do canal, tanto do lado do fornecedor quanto do lado do distribuidor, tornando-se imprescindível o envolvimento dos profissionais da área no desenvolvimento e aperfeiçoamento desta importante técnica que levará à tomada de decisão mais precisa, em busca do melhor desempenho.

As perspectivas do produto do ponto de vis-

▽ ANOTE NO CARTÃO: SH-03.89.091 ▼

Óleo de Peroba

O óleo que triplica seus lucros.

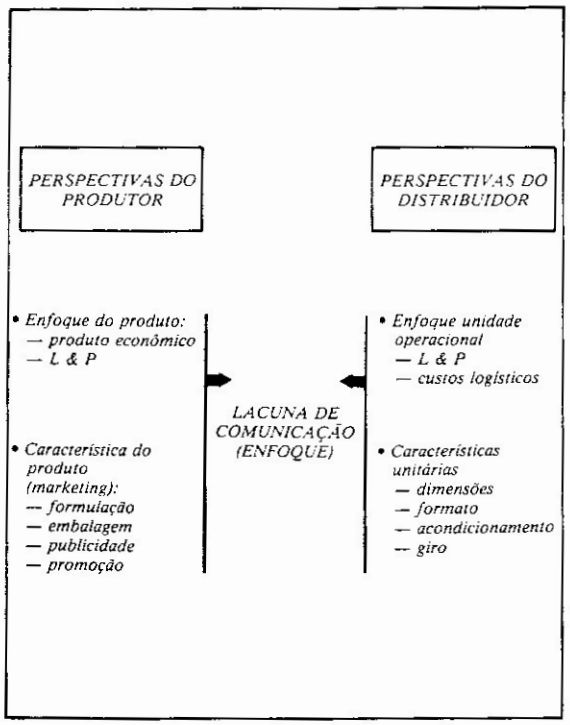
ÓLEO DE PEROBA você conhece.
É brilho e proteção, com economia
para quem compra e lucros para quem vende.
Além do tradicional vidro de ÓLEO DE PEROBA,
e do prático ÓLEO DE PEROBA em aerosol,
tem também ÓLEO DE PEROBA na nova embalagem
de 500ml, para quem precisa de quantidade
com economia.
ÓLEO DE PEROBA você conhece, e sabe
das vantagens que só ele proporciona.
E então, vamos triplicar?

ÓLEO DE PEROBA

LIMPA · LUSTRA · RENOVA

QUALIDADE

ta do produtor e do distribuidor têm certas nuanças que levam a uma lacuna de comunicação entre os dois sistemas.



Enquanto o produtor delega maior importância à composição de custos de seu produto, o distribuidor atém-se mais às características logísticas dos produtos a serem escoados no canal: volume de vendas, nível de estoque e giro, sistema de distribuição (entrega loja a loja ou no depósito central), embalagem (espaço cúbico, paletização, informações), etc.

As oportunidades de melhoria de desempenho logístico no setor são consideráveis e, conseqüentemente, o potencial de economia com a racionalização do processo, evitando-se a lacuna de comunicação, não é nada desprezível.

• Desenvolvimento do depósito central x entrega direta facilitando o agrupamento de cargas aos diferentes pontos de venda.

• Padronização das embalagens: dimensional, identificação, orientação para facilidade de manuseio, paletização, etc.

• Facilidades de movimentação: paletização (adoção do "pool" de paletes com a padronização por todos os fornecedores, apenas 5% são entregas paletizáveis), rolls, docas de carga e descarga de forma a agilizar e evitar a interrupção do fluxo de escoamento ao longo do canal, objetivando que uma mesma unidade de transferência do produtor flua até as gôndolas.

As relações de fornecimento ao longo do flu-

ANOTE NO CARTÃO: SH-03.89.092▼

INGREDIENTES PARA UMA

ENTRE EM CONTATO CONOSCO PELOS TELEFONES:

Regional de Vendas SP 1
Fone: (011) 813-8555

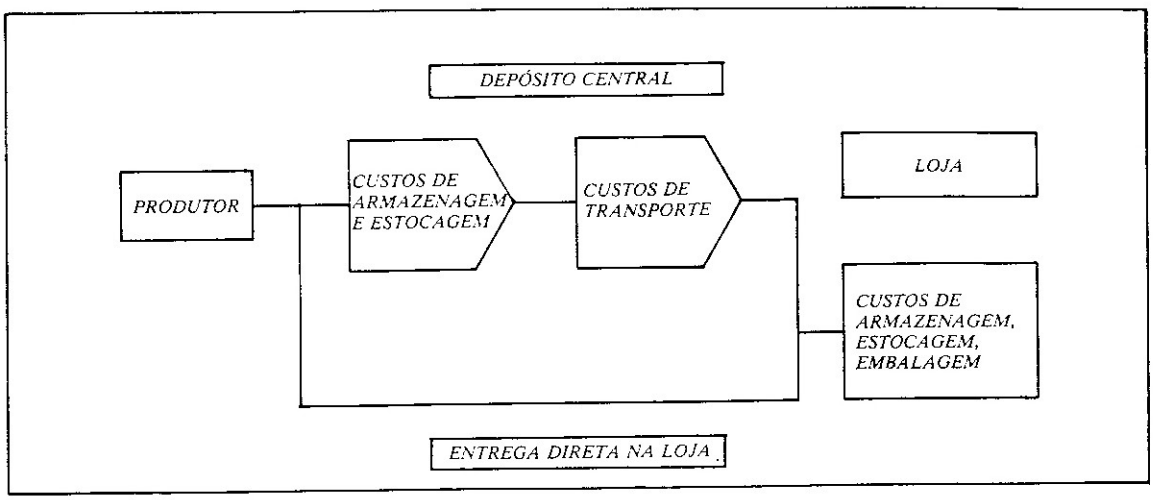
Regional de Vendas SP 2
Fone: (011) 853-2511

Regional de Vendas Campinas
Fones: (0192) 32-5529 - 32-5412

Regional de Vendas Bauru
Fones: (0142) 22-6127 - 22-7445

Regional de Vendas Rio de Janeiro
Fones: (021) 264-5498 - 264-5545

Regional de Vendas Curitiba
Fones: (041) 225-7379 - 223-2457



xo de escoamento da produção/distribuição-consumo irão contar com uma nova mentalidade através da integração dos profissionais das áreas técnicas em termos de concepção das estruturas físicas (depósitos, lojas, embalagem, etc.) e procedimentos operacionais; das áreas de gestão, com a abordagem dos custos integrados; da área comercial, que é a obtenção da contrapartida dos benefícios de uma boa integração fornecimento/distribuição com o princípio da boa parceria de negócios, tendo como base a perspectiva da redução de custos no sistema como um todo, de sorte que as vantagens reais obtidas serão transformadas em resultados positivos na elasticidade preço x consumo.

Sem dúvida, as oportunidades são muitas e a mentalidade de concepção baseada na abordagem integrada das atividades distributivas trarão os resultados através da racionalização inteligente da distribuição.

ANOTE NO CARTÃO: SH-03.89.093 ▼

RECEITA DE SUCESSO.

A CICA põe mais rendimento e qualidade nas suas vendas.
Neste momento, grandes consumidores estão na sua loja para levar os produtos da Linha Institucional CICA.
Atenda aos desejos de rendimento e qualidade desse mercado.
Abasteça a sua loja.

Regional de Vendas Porto Alegre
Fones: (0512) 31-8645 - 31-1767

Regional de Vendas Brasília
Fones: (061) 224-7922 - 224-6922

Área Comercial-SP
Fone (011) 815-7711

Regional de Vendas Belo Horizonte
Fones: (031) 335-5363 - 335-5543

Regional de Vendas Recife
Fones: (081) 326-1958 - 325-4010

Matriz: Jundiaí
Fone: (011) 437-1122