Jornal da
LOGÍSTICA

DR/SP
PRT/SP- 4723/91

VANTINE & ASSOCIADOS
CONSULTORIA — LOGÍSTICA — DISTRIBUIÇÃO

Distribuição - Produtividade - Embalagem - Transporte - Movimentação e Armazenagem - Suprimento

ANO I - Nº 2
Março de 1991

Seminário

União para a eficiência

Logística e Marketing têm necessariamente de caminhar lado a lado

Logística e Marketing são duas áreas inseparáveis dentro de uma organização. Elas não podem - nem devem - ser administradas isoladamente, pois uma precisa da outra. Esse foi um dos ensinamentos deixados pelo professor Walter Zinn, da Miami University, ao final do IV Seminário Internacional de Logística, promovida pela Vantine & Associados e IM&C International.

Para Zinn, a prestação de serviços é a parte principal da integração entre Logística e Marketing, já que também apresenta grande importância na própria criação de demanda. O professor, que participou do encontro pela segunda vez, é brasileiro e já deu aulas na Fundação Getúlio Vargas. Agora, na Miami University, ele responde pela cadeira de Logística e Marketing.

Segundo José Geraldo Vantine, diretor-geral da Vantine & Associados e coordenador do evento, a participação de Zinn foi fundamental para que os mais de 60 presentes pudessem atualizar-se com o que de mais moderno acontece hoje nos Estados Unidos no campo da Logística Integrada. "Sem dúvida alguma foi um toque de modernidade para os participantes do evento. Os resultados foram excelentes e as cerca de 30 empresas que enviaram funcionários ao seminário ganharam e muito".

Durante dois dias, Zinn mostrou porque a Logística é cada vez mais utilizada nos Estados Unidos como parte da estratégia competitiva das empresas. Ele defende a união da Logística com o Marketing para se chegar a padrões de excelência na prestação de serviços, área de atuação que considera ser a grande arma da década.

"Nos Estados Unidos hoje cresce a cada dia a presença da Logística no planejamento estratégico das empresas" - disse Zinn. "Apesar disso, custo, mas nós vamos ver ao longo deste seminário, com exemplos, que ela na verdade é usada para reduzir gastos e conquistar mercados".

Zinn, Vantine e Lima: toque de modernidade na empresa brasileira

AVANÇO NO BRASIL

Segundo Walter Zinn, a Logística também cresce no Brasil e isso devido a pelo menos cinco fatores:

1. Tecnologia - apesar de ainda lento, por causa da reserva de mercado, o acesso à informação é mais rápido e barato;
2. Taxa de Capital - o custo do estoque e a taxa de juros estimulam a rapidez e agilidade das operações;
3. Todo País em crescimento demográfico como o Brasil multiplica rapidamente os seus pontos de venda;
4. Novos produtos - a grande quantidade de lançamentos acarreta maior concorrência e exige agilidade de estoque; e
5. Exportações - a concorrência no mercado exterior é grande - ganha quem apresentar bom produto, bom preço e um serviço de padrão elevado.

Citou cinco casos: Federal Express (entrega rápida de encomendas até 10h30 do dia seguinte); L.L. Limited cadeia de magazines que consegue colocar a moda em vestuário muito na frente da concorrência; Domino's Pizza (produto no consumidor em 30' ou a pizza de graça; e o caso dos carros Cadillac, que estão erguendo a reconstrução da marca através do serviço ao cliente.

"Certa vez"- contou o professor - tive de enviar um artigo urgente para o editor de uma revista e mais tarde liguei para confirmar se a encomenda havia chegado. A resposta do outro lado da linha foi não. Liguei para o Federal Express, fiz a reclamação e em segundos a pessoa que me atendia informou ter sido a encomenda entregue às 9h45, em mãos da funcionária Suzy. Entrei novamente em contato com a redação e passei a informação do Federal Express. Suzy guardara a encomenda numa gaveta e por isso não havia

Opinião

Repurcussão do JL é grande incentivo

As cartas recebidas após o lançamento do número 1 do Jornal da Logística foram muito generosas e envaideceram toda a equipe da Vantine & Associados. Elas, por outro lado, serviram para jogar luz sobre dois aspectos da maior importância: primeiro, que estávamos certos ao nos decidirmos pela publicação; segundo, que ao levarmos a Logística e suas teses para o domínio público, se bem que restrito a um universo de alguns milhares de leitores, aumenta, e muito, a nossa responsabilidade. Essas duas constatações, portanto, só nos animam a continuar uma luta que já está perto de completar duas décadas. O sucesso que a publicação teve em sua primeira edição - e o eventual êxito que esperamos alcançar nos próximos números, nós, da Vantine, queremos dividir com todas as pessoas que têm lutado para fazer com que a Logística seja também no Brasil tão útil quanto o é nas economias mais adiantadas. De resto, continuamos com os mesmos princípios - aqui na Vantine ninguém é dono da verdade, apesar de, diariamente, cultuarmos o mandamento segundo o qual qualidade, eficiência e excelência de prestação de serviços representam a melhor forma de se chegar perto da perfeição. Tenham uma boa leitura.

EXPEDIENTE

O Jornal da Logística é publicação da Vantine & Associados, rua Cônego Eugênio Leite, 97, Jardim Paulistano, CEP 05414 - São Paulo - Capital. Telefone: (011) 853-5444. Fax: (011) 64-9733. Papel fornecido pela Tecnopalete - Tecnologia em Paletes - (0122) 42-5345. Edição: Texto a Rigor - Editoria e Comunicação SC Ltda. Jornalista responsável Fernando Leal. Telefone: (011) 872-6438.

Cartas

Jornal da Logística

Meus sinceros parabéns pelo número 1 do JORNAL DA LOGÍSTICA. É de gente de sua cepa que o mercado de consultoria brasileiro necessita para ganhar a credibilidade que merece.
Cezar Sucupira
Cezar Sucupira Educ. Cons.

Continuar recebendo

A Gerência de Logística da Rhodia S/A - Paulínia/SP tem grande interesse em continuar a receber o JORNAL DA LOGÍSTICA.
Elaine Saine Bassani

Jornal da
LOGÍSTICA

OPINIÃO
Um espaço para falar da Logística

Lançamento
Consórcio surge para melhorar embalagem
Filosofia e unir técnicas de Logística e Marketing num trabalho único

Feliz iniciativa

O JORNAL DA LOGÍSTICA é uma feliz iniciativa e sem dúvida uma idéia genial do prezado amigo. Tenho certeza de que a publicação contribuirá para melhorar os conhecimentos sobre matéria tão complexa e importante.
Egon G. Fissner
Tubos e Conexões Tigre
Gerente de Suprimentos

Sucesso do JL

Sucesso com o JORNAL DA LOGÍSTICA. Parabéns pela iniciativa.
Sérgio Dória
Associação Brasileira dos Supermercados

Sonho realizado

Com grande satisfação recebi e li o primeiro número do JORNAL DA LOGÍSTICA, sonho que a Vantine concretiza após muitos anos de doutrinação sobre as inúmeras vantagens da Logística.

Nós que operamos com Armazenagem, um dos segmentos da Logística, colocamo-nos à disposição para a cruzada de conscientização do empresariado brasileiro sobre as incontáveis vantagens dessa ferramenta de fundamental importância.
Magnus Monteiro Terra
Armazéns Gerais Colúmbia S/A

Fórum de idéias

Agradeço o recebimento do JORNAL DA LOGÍSTICA, o qual espero seja um fórum de idéias e projetos nesta área tão vital para o Brasil. Assim, gostaria de continuar recebendo a publicação.
Alexandre Valavicius
Shell do Brasil
Chefia de Logística.

Linguagem única

Parabéns pelo lançamento do JORNAL DA LOGÍSTICA. Acredito que vai auxiliar muito os profissionais da área e começar a formar uma linguagem única.
Altino Pereira de Souza
SPP - Nemo

Sucesso contínuo

Parabéns pela iniciativa de editar o JORNAL DA LOGÍSTICA. Queira aceitar meus melhores votos de continuado sucesso.
Luiz Jacinto
Grupo de Administradores de Materiais do Vale do Paraíba.

Trabalho de envergadura

Recebi o primeiro número do JORNAL DA LOGÍSTICA. Trabalho de grande envergadura onde não foram medidos esforços para muito auxiliar na economia deste País, pela padronização das operações logísticas. Sinceros parabéns.
Abner Klarosk
Indústrias Arteb S/A
Gerente de Administração de Materiais.

Um JL maior

Ao receber o JORNAL DA LOGÍSTICA, fiquei entusiasmado pelo simples fato de estar manuseando uma publicação voltada para essa importante atividade. Desejo que em pouco tempo o JL ganhe maior número de páginas para benefício de todos os seus leitores.
Paulo Lima
Diretor de Distribuição do Grupo Pão de Açúcar

Logística no Brasil tem nome - Vantine & Associados

Up-to-date

Como foi anunciado no primeiro número, as novidades e tendências da Logística internacional vão ser partes fundamentais do JORNAL DA LOGÍSTICA. Assim, neste JL estreamos a seção Up-to-date, que vai tratar exatamente destes assuntos. Para isso, selecionamos alguns temas das mais importantes revistas da Logística mundial. Os casos que vamos mostrar são os seguintes:

MATERIAL HANDLING ENGINEERING

A revista norte-americana dá destaque para a Central de Distribuição que a Sears Roebuck And Company acaba de inaugurar no estado de Illinois. Conhecida nos EUA como a principal empresa de vendas pelo correio, a Sears projetou a central pensando no "Customer Service and Quality", ou seja, Qualidade e Serviço ao Cliente.

Movimentando 2.500 caixas por hora e 75 mil itens por dia, a Sears expede as mercadoria através de 121 pontos, utilizando para isso o sistema de "transit points". Totalmente automatizado, a Central de Distribuição utiliza o EDI (Intercâmbio Eletrônico de Dados) para reduzir o tempo de atendimento. O projeto foi desenvolvido pela nova empresa do grupo, a Sears Logistics.

Logística
ORGANIZZAZIONE, METODI E SISTEMI

Comunicação via satélite em apoio à Logística é um dos temas abordados por esta publicação italiana. A revista mostra as redes de satélite utilizadas para comunicação a bordo de caminhões, permitindo com isso uma enorme eficiência no sistema de transporte.

Os casos citados são os que se seguem:

Prodat - Desenvolvido pela Agência Espacial Européia, é utilizado para localização e comunicação com os veículos;

Geostar - De origem norte-americana, sua principal característica é auxiliar na escolha do melhor percurso. É usado também na comunicação com unidades em trânsito.

Immarsat - Apesar de ser satélite voltado principalmente no transporte marítimo, tem utilidade também para transporte rodoviário e ferroviário.

Locstar - Deve entrar em operação em 1992 e será análogo ao Geostar. Vai cobrir toda a Europa ocidental e parte da Europa Oriental.

Logistics Information

A Comunidade Econômica Européia, diz a revista inglesa, está acelerando estudos e procedimentos para aumentar a eficiência da distribuição no continente, que em 1992 será unificado através do Mercado Comum Europeu. Um exemplo de que há muito o que fazer é dado pela revista: enquanto o trajeto de 2.000 quilômetros entre Antuérpia e Roma é coberto em 100 horas, numa média de 20 km/h, devido às barreiras alfandegárias, o mesmo percurso, entre Chicago e Tucson, nos Estados Unidos, é realizado em 33 horas, numa média de 60 km/h. As preocupações da revista não se restringem apenas aos problemas de responsabilidade dos governos envolvidos - ela desce também a constatações levantadas no setor empresarial. Segundo a "Logistics Information Management", o inventário da Philips equivale a 23% do valor das suas vendas, enquanto o da japonesa Matsushita é extremamente menor, 13%.

LOGISTIQUES MAGAZINE

O destaque da última edição da "Logistiques Magazine" é a regulamentação da distribuição urbana em Paris, providência adotada para tentar melhorar o trânsito da região. A prefeitura da capital francesa regulamentou os serviços de carga e descarga de acordo com dois princípios: regime horário baseado na superfície de exposição ao sol do veículo, segundo as características da mercadoria, e aumento em dobro das áreas destinadas a carga e descarga. As modificações vigoram desde o dia 1º de fevereiro deste ano.

manutención y almacenaje

A Espanha, que tem economia forte e em ascensão cuida muito bem da Logística. Segundo revela a revista Manutención y Amacenaje, mais de 80% dos fabricantes paletizam sua produção. Estudo realizado pela Associación Española de Codificación Comercial, 83,4% das indústrial do país paletizam suas mercadorias para distribuição, esperando-se atingir 85,43% no ano que vem.

Importante: a mesma pesquisa revela que 76,8% dos distribuidores consultados no levantamento recebem a mercadoria paletizada, espera-se atingir 82% no próximo ano.

Os setores que mais utilizam o palete para distribuição: bebidas, alimentação, perfumaria e medicamentos. Quem menos usa a paletização: produtos têxteis, calçados e fumo. ■

Benefícios da Logística nas páginas de Exame

A Logística continua a ganhar espaço na imprensa brasileira. Exame, principal revista de Economia e Negócios do País, mostra, em três páginas da edição número 473, de 20 de fevereiro deste ano, como grandes empresas descobriram o desperdício que perpetuavam ao não praticar os ensinamentos da Logística.

Dos quatro exemplos citados na reportagem, três referiam-se a projetos desenvolvidos pela Vantine & Associados - Artex, Sanbra e Rhodia Nordeste. A Logística tem sido assunto constante também do Caderno de Consulta do Diário Comércio & Indústria, o DCI.

A edição de 4 de fevereiro dedica sua capa e a página 3 para esses assuntos. Na capa, apresenta o IV Seminário Internacional de Logística e Marketing (veja reportagem na primeira página deste JL). Na página 3, o assunto é o sistema paletizado de distribuição. A seguir, os casos retratados pela revista Exame.

Artex

Antes de contratar a Vantine & Associados, a Artex, de Blumenau, deparava-se com um grande quebra-cabeças: seu estoque mensal de embalagens era da ordem de 167 mil caixas de 150 tipos diferentes. O que diz Exame:

"Essa variedade exigia manipulação excessiva, ocupava área muito grande e forçava um contato constante com fornecedores. Diversos tamanhos de caixa foram padronizados, servindo a vários produtos. Imediatamente, caiu de 150 para 36 a quantidade de tipos de caixa, e o total em estoque foi reduzido para 55.000. "Só isso trouxe uma economia de 200 mil dólares" - diz o gerente de administração, Orli Soares.

Com menos tipos de caixas e melhor arrumação, surgiu como por encanto uma área livre de 2 mil metros quadrados no estoque. Desenvolver embalagens mais adequadas ao produto é bom para a indústria e pa os clientes, pois duz os riscos de perdas, constante dor de cabeça para os dois lados. "O Brasil é campeão de desperdício em muitos setores, e não poderia ser diferente com embalagens", diz José Geraldo Vantine, diretor-geral da Vantine & Associados, especialista em Logística e Distribuição."

Rhodia

Na cidade do Cabo, Pernambuco, a Vantine & Associados concretizou outro projeto de grande êxito numa unidade da Rhodia. Comenta a revista Exame: "Embora utilize há dez anos embalagens padronizadas pela Rhône-Poulenc, controladora da Rhodia, a empresa resolveu aprimorar o sistema. As inovações vão permitir uma economia de 30% nos gastos anuais com embalagens, estimados em 300 mil dólares.

De calculadora na mão, David Peppi, engenheiro da Divisão Industrial viu o custo da embalgem no preço final do produto cair de 10% para 7%. Houve economia também na hora de fazer o transporte. Antes, cabiam dezesseis caixas de bobinas num contêiner. Agora, é possível carregar 24, pois como têm o mesmo tamanho o espaço é mais bem aproveitado.

Esse é um exemplo simples da chamada unitização de carga. Por esse conceito, as três embalagens - a que chega às mãos do consumidor, a que protege e a de transporte - são desenvolvidas em módulos que se encaixam, formando conjuntos homogêneos. O conjunto permite o uso de empilhadeiras e guindastes e elimina o trabalho de formiguinha, aquele leva-e-traz infindável de cargas menores. Unitizar a carga não significa, entretanto, reduzir as embalagens a um cubismo monótono, destituído de apelos de marketing. "Arte e ciência precisam caminhar juntas", diz Vantine."

Sanbra

O caso Sanbra, descrito por Exame, é outro exemplo de atuação da Vantine & Associados. Segundo a revista, a empresa passou a limpo seu processo de embalagens. Na unidade da empresa em São Paulo, foi detectado problema nas caixas de papelão utilizadas para acondicionar vidros de maionese.

"As embalagens eram superdimensionadas, no tamanho e na espessura do papelão. As caixas foram redesenhadas e graças à redução na quantidade de matéria-prima, obteve-se uma economia de 3% a 5%, sem colocar em risco os vidros" - relatou Exame. ■

ADMINISTRAÇÃO

O LUCRO PODE ESTAR NA EMBALAGEM

Grandes empresas descobrem o quanto um planejamento bem-feito na área de embalagens pode ajudar a cortar custos operacionais

A palavra e o ato unificaram um exemplo simples, mas bastante objetivo, da importância entre o processo produtivo e a embalagem. Não interessa discutir quem nasceu primeiro — o importante é que a embalagem esteja intimamente ligada ao produto, atendendo a suas necessidades. No mundo dos negócios, isso nem sempre acontece. É bastante comum as empresas concentrarem suas forças na produção, deixando a área de embalagem ao relento. Ao agir assim, no entanto, elas estão perdendo boas oportunidades de reduzir custos e conquistar uma posição mais privilegiada no mercado. Nos últimos anos, vem crescendo no Brasil a corrente das empresas que passaram a ter mais cuidados com todo o sistema de embalagem, aproximando-o das linhas de produção. Podem ser citadas, entre outras, a Vantine, a Sanbra, a Artex e a Rhodia. A economia e os ganhos que essas empresas estão obtendo constam de sua caixa dos milhões de dólares.

A Artex, de Blumenau, Santa Catarina, fundada em 1936, nunca se preocupou muito com a logística da embalagem. Como uma das maiores fabricantes nacionais de artigos de cama, mesa e banho, voltava suas atenções unicamente para as vendas. Essa política começou a mudar há dois anos, com o início de um programa de enxugamento de custos. Observando melhor o estoque de embalagens, a Artex descobriu ali um verdadeiro quebra-cabeça. O estoque mensal tinha 167.000 caixas de 150 tipos diferentes. Essa variedade exigia manipulação excessiva, ocupava área muito grande e forçava um contato constante com fornecedores. Após dois meses de estudos e mudanças, no segundo semestre de 1990 surgiram os primeiros resultados. Diversos tamanhos de caixa foram padronizados, servindo a vários produtos. Imediatamente, caiu de 150 para 36 a quantidade de tipos de caixa, e o total em estoque foi reduzido para 55.000. "Só isso trouxe uma economia de 200.000 dólares", diz o gerente de administração, Orli Soares. Mas não foi só.

BÍBLIA — As novas caixas foram desenhadas para perfeito acondicionamento em paletes e contêineres, passando a ser encomendadas em função do peso da mercadoria que devem carregar. Desapareceu, assim, aquela visão desagradável de paletes com caixas amassadas umas sobre as outras e com mau aproveitamento do espaço. Com menos tipos de caixa e melhor arrumação, surgiu como por encanto uma área livre de 2.000 metros quadrados no estoque. Os resultados deixaram a empresa tão animada que ela criou um manual com todas as especificações. Ele funciona como uma bíblia quando o assunto é embalagem: e suas instruções devem ser seguidas pelos fornecedores. "Até então, mandávamos as caixas sem nenhuma preocupação", diz Soares. "Agora, se elas não atenderem às normas do manual são simplesmente devolvidas."

O manual serve ainda para agilizar a expedição, pois nele são definidas as embalagens que devem ser usadas para cada produto. O funcionário da expedição apenas confere pelo manual, pega a caixa indicada e despacha o pedido. A criação do sistema na Artex atendeu inicialmente à área de exportação, responsável por 20% do faturamento de 167 milhões de dólares da empresa no ano passado. Em 1991, a companhia pretende que todos os grandes clientes nacionais passem a receber seus produtos acondicionados nas novas caixas. Os pequenos clientes vão comprar a retalho.

Soares, da Artex: estoque menor com caixas padronizadas

EXAME

DCI

Página 7

PALETES

Otimizando o armazenamento

Distribuição	não paletizado	paletizado
Manual de carga e descarga	3 horas	30 minutos
Nº de quebras por veículo/dia	3	0
Utilização sala de vendas	4 pessoas	2 pessoas

Fonte: Estudo da Associação Nacional dos Engenheiros de Transporte Rodoviário e de Carga, vertido à Associação Abrat.