



# Eficiência na distribuição

Investimento em tecnologia é uma boa aposta para os empresários alcançarem a exatidão que o processo exige

**U**ma pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) destaca que 72% dos brasileiros demonstram estar otimistas com as projeções econômicas do país para este ano.

Além disso, o mesmo estudo aponta que, devido aos ajustes no orçamento, 52% dos consumidores cortaram gastos com refeições fora do lar em 2018. Ou seja, tudo indica que o setor food service deve ser beneficiado com a retomada do consumo durante os próximos meses.

Com essa otimista previsão, as empresas do ramo de alimentação fora do lar precisam estar preparadas para atender essa alta da demanda, que deve ser mais intensa a partir do segundo semestre. Atualmente, ter um bom produto já não basta. Os empresários devem se preocupar em ter um trabalho estratégico em relação a como o seu produto irá chegar até o cliente certo, na quantidade certa e no momento ideal, o que engloba o processo de distribuição.

Conforme ressalta Roberto Canelli, gerente de negócios da Divalor, empresa brasileira do grupo italiano Di.Tech SPA líder em serviços e soluções para distribuição, esse processo precisa ser eficiente. “Acredito que a melhor definição para o processo de distribuição é a eficiência. A partir do recebimento da mercadoria, as movimentações nos depósitos, a separação dos produtos, a conferência e, finalmente, a entrega ao cliente, toda essa cadeia é importante e deve funcionar com rapidez e eficiência. Sem se esquecer, obviamente, da logística reversa. Ou seja, uma gestão eficiente do fluxo de retorno de produtos e materiais”, esclarece.

Segundo Canelli, “os profissionais da Divalor têm conhecimentos sobre os processos comerciais e logísticos do setor e podem ajudar as empresas do food service na transformação digital, na ‘engenharia’ dos processos para, dessa forma, atingirem suas metas. Nesse mercado, a tecnologia faz toda a diferença. Por isso, apostamos no Di.vo, separador de produtos por voz, e no Ótimo, ferramenta voltada para a precificação”, diz.

O gerente de negócios detalha que “o Di.vo é um sistema vocal que roda em um smartphone android e permite melhorar o desempenho da logística do depósito. Com o Di.Vo, a empresa consegue maximizar a produtividade, a precisão e a segurança no trabalho dos operadores. Em operações mais complexas ou em ambientes desafiadores, como no caso de câmaras frigoríficas em baixa temperatura, o voice picking é a forma de trabalho ideal, pois permite aos operadores do depósito

“Acredito que a melhor definição para o processo de distribuição é a eficiência”, diz Roberto Canelli, gerente de negócios da Divalor



trabalharem de mãos livres e também com luvas, uma vez que, com o Di.vo, já não é mais necessário mexer com listas, etiquetas, teclados ou terminais. Di.Vo é uma solução completa que se adapta com facilidade às diferentes modalidades de trabalho das empresas. Convive com outros sistemas de movimentação por radiofrequência presentes no depósito e pode ser utilizado parcialmente. Por exemplo, apenas para uma parte do armazém, uma categoria mercadológica específica ou ainda para implementar, gradativamente, o sistema em todo o conjunto do equipamento. O Ótimo é uma ferramenta para agilizar o processo de precificação da empresa. A solução oferece uma maneira rápida, precisa e eficiente para formular os preços de venda ao público em diferentes praças atendidas. Ele permite, por exemplo, atualizar, rapidamente, os preços conforme a variação dos custos de compra, bem como dos preços de venda dos concorrentes; diferenciar os micromercados para proporcionar uma presença apropriada e um posicionamento competitivo; estabelecer e manter, ao longo do tempo, a coerência entre os preços dos diferentes formatos de venda; controlar, constantemente, as margens; e avaliar sugestões para uma estratégia corretiva”.

---

“Nesse mercado, a tecnologia faz toda a diferença. Por isso, apostamos no Di.vo, separador de produtos por voz, e no Ótimo, ferramenta voltada para a precificação”, afirma Roberto Canelli, gerente de negócios da Divalor

---

Canelli afirma ainda que o Di.vo é indicado para aqueles empresários que querem “ganhar produtividade e eficácia no centro de distribuição. O treinamento dos usuários é muito rápido e, já na semana da implantação, a produtividade cresce em até 25-30%. O Di.vo já está rodando em várias empresas no Brasil. Nosso primeiro cliente foi uma empresa do setor food service do Rio de Janeiro. Os resultados são aumento de produtividade, redução dos erros, redução do tempo de treinamento, melhor controle do processo e melhor desempenho em geral”, destaca. Já sobre o Ótimo, o gerente de negócios diz que ele é “mais uma solução estratégica. Os preços são derivados da estratégia comercial da empresa, dependendo do faturamento, da margem e do posicionamento com seus concorrentes. Ele permite gerar os preços dos produtos em função dos concorrentes e da margem desejada”.

### NA PRÁTICA

João Baptista da Silva Junior é diretor de Franquias e Expansão da Rei do Mate, rede com foco no desenvolvimento do modelo de negócio, desde conceito da loja ao mix de produtos. Ele conta que “a cadeia de distribuição para as redes de food service de franquias é um dos principais fatores de viabilidade operacional de uma rede. É um processo complexo, pois envolve toda cadeia: indústria, franqueador, operador logístico e a rede franqueada. Hoje, qualquer rede que queira ter presença nacional, se não tiver um processo de distribuição e fornecimento bem definido e eficiente, não tem como crescer e sustentar seu crescimento mantendo padrão de qualidade, assim como se beneficiar dos ganhos da escala. A distribuição das redes pode se dar de diversas formas: distribuição própria, via terceiros (operadores logísticos) e, até mesmo, misto (próprio e via operador logístico). No nosso caso da Rei do Mate, temos os dois formatos. Alguns produtos são via distribuição própria e outros via operador logístico. São complementares”, enfatiza.



João Baptista da Silva Junior, diretor de Franquias e Expansão da Rei do Mate, salienta que um empresário do ramo food service deve ter a distribuidora como parceira “simplesmente para sobrevivência de seu negócio”

Conforme Junior, o principal distribuidor logístico da Rei do Mate “é a PlatLog, que fornece aos nossos franqueados todos os salgados, pão de queijo, açaí, café, cappuccino, descartáveis, entre outros produtos e insumos”, afirma.

Para o diretor de Franquias e Expansão, “um sistema de distribuição eficiente vai além do simples fornecimento dos produtos para a rede. Cabe a ele avaliar a melhor forma de trazer para a rede os benefícios do ganho de escala junto à negociação com fornecedores, bem como atender toda a complexidade tributária que envolve o processo. No nosso caso, o grande benefício que temos no nosso modelo é que desenvolvemos junto à indústria. Negociamos diretamente com a indústria o volume para a rede. Tendo o melhor custo e via operador logístico, conseguimos fazer com que cada franqueado na ponta se beneficie desse ganho de escala”, afirma.

Junior ainda salienta que um empresário do ramo food service deve ter a distribuidora como parceira “simplesmente para sobrevivência de seu negócio. Para que ele possa crescer de forma sustentável, mantendo padrão da rede. Se não tiver um modelo de distribuição adequado ao seu modelo de negócio, ele não terá diferencial competitivo e nem conseguirá superar os grandes desafios de logística e tributários do Brasil. Nesse processo, o distribuidor tem que estar alinhado às necessidades e particularidades de cada modelo de negócio”, alerta.

DIVALOR  
www.divalor.com.br  
REI DO MATE  
www.reidomate.com.br