Apresentação

Apresentação

Rodrigo de Moraes Santos

Bacharel em administração pela Escola Superior de Agricultura 'Luiz de Queiroz' (ESALQ/USP)

Mestrando em Engenharia de produção pela Escola de Engenharia de São Carlos (EESC/USP)

Pesquisador no grupo ESALQ-LOG – Grupo de Pesquisa e Extensão em Logística Agroindustrial

Gestão do pedido

1997

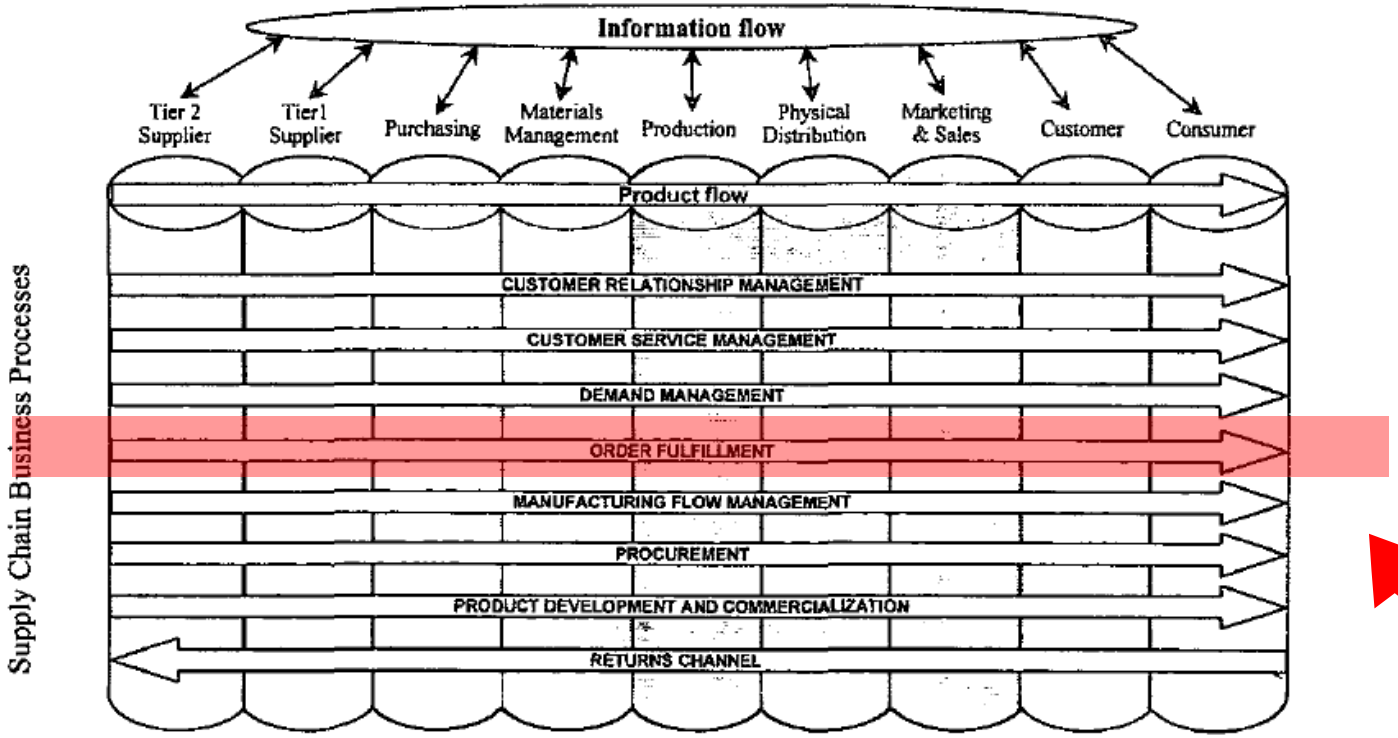
Supply Chain Management: More Than a New Name for Logistics

Martha C. Cooper, Douglas M. Lambert and Janus D. Pagh
The Ohio State University

Buscou detalhar os processos que devem ser administrados ao longo da cadeia de suprimentos

Gestão da cadeia de suprimentos

Figure 2
A Framework of Supply Chain Management



Gestão do pedido

Supply Chain Management Components

- Planning and Control
- Work structure
- Organization structure
- Product flow facility structure
- Information flow facility (IT) structure
- Product structure
- Management methods
- Power and leadership structure
- Risk and reward structure
- Culture and attitude

1999

Reconstructing the Sales and Fulfillment Cycle to Create Supply Chain Differentiation

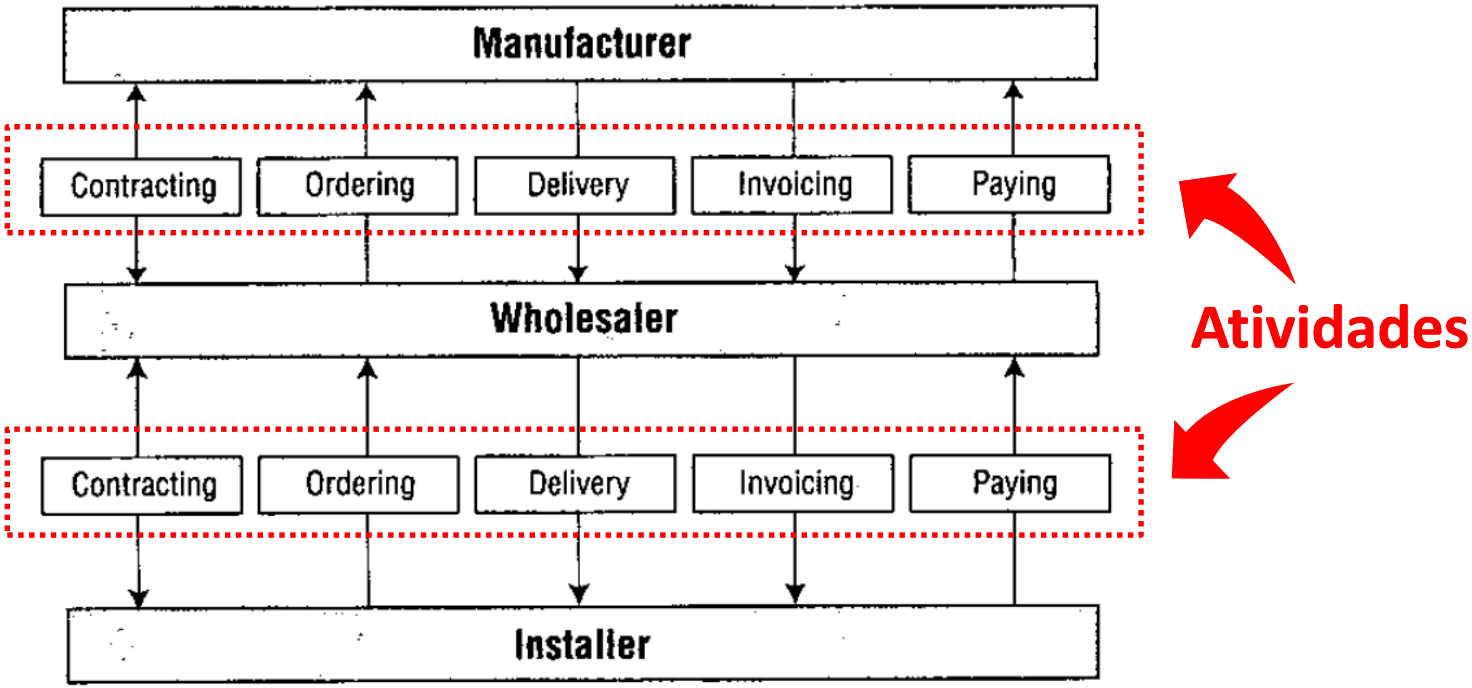
Marc J.F. Wouters, Graham J. Sharman and Hans C. Wortmann
Eindhoven University of Technology

A forma como a cadeia de suprimentos está configurada pode trazer um diferencial no processo de gestão do pedido

Gestão da cadeia de suprimentos

Visão tradicional

Figure 2
Example of a Conventional Supply Chain for Projects

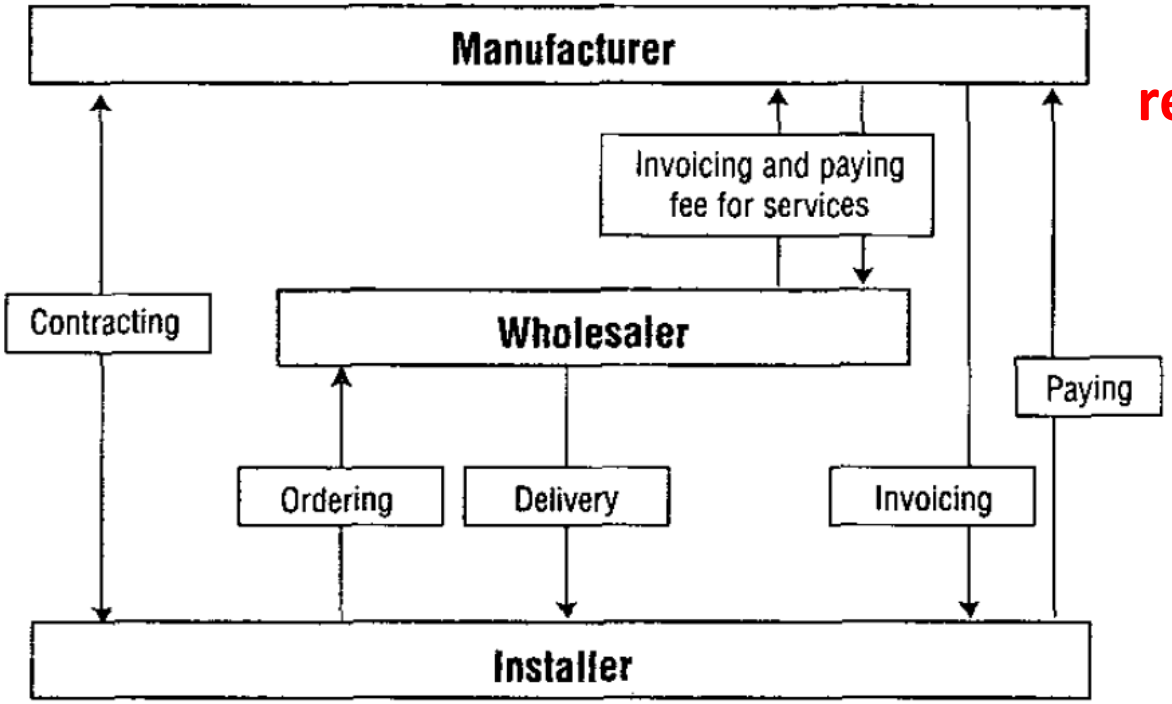


Todas as atividades são realizadas por todos os elos da cadeia de suprimentos

Gestão da cadeia de suprimentos

Visão funcional

Figure 3
Example of Supply Chain for Project Using Functional Decompostion



Proporciona economias de escala e uma redução nos custos de transação

Diferentes atividades são realizadas por elos diferentes da cadeia de suprimentos

Visão funcional

Boas práticas para se obter um melhor gerenciamento do pedido na cadeia de suprimentos:

1) Organizar a estrutura da cadeia e o papel de cada membro para gerar economias de escala

2) Decidir onde estarão localizados os estoques

3) Usar técnicas de previsão de demanda

Barreiras

1) Confiança e transparência

Normalmente, as cadeias de suprimentos tradicionais compartilham apenas o volume de pedidos. O ideal seria se os elos compartilhassem o planejamento da produção, custos, tempos de entrega e lead time.

2) Uso das tecnologias de informação

Tecnologias da informação facilitam o compartilhamento das informações entre os elos. No entanto, elas apresentam custos elevados de investimento. Além disso, existem preocupações em relação à segurança e ao vazamento de informações.

2003

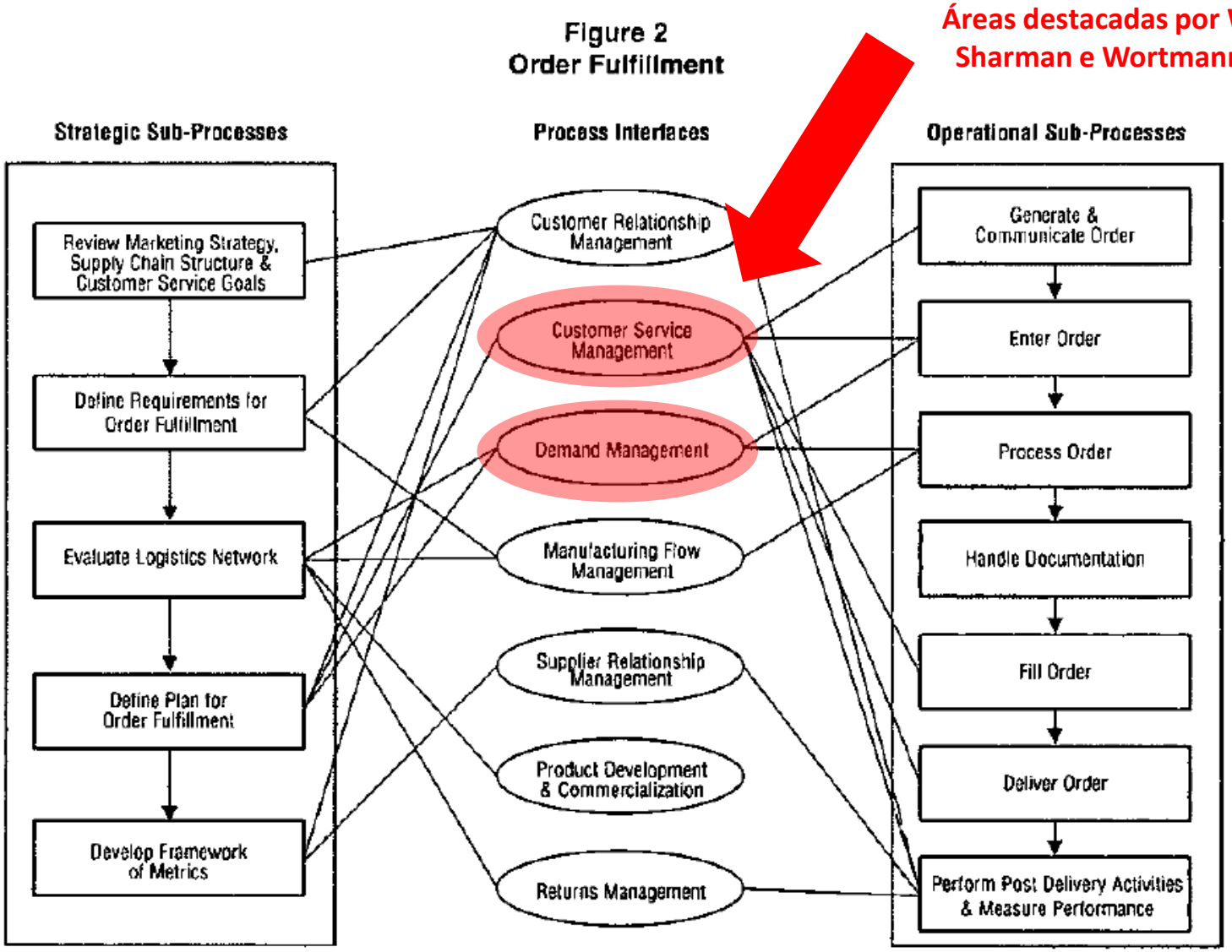
The Order Fulfillment Process

Keely L. Croxton
The Ohio State University

Buscou detalhar as atividades que formam o processo de gestão do pedido

Gestão da cadeia de suprimentos

Áreas destacadas por Wouters; Sharman e Wortmann (1999)



2002

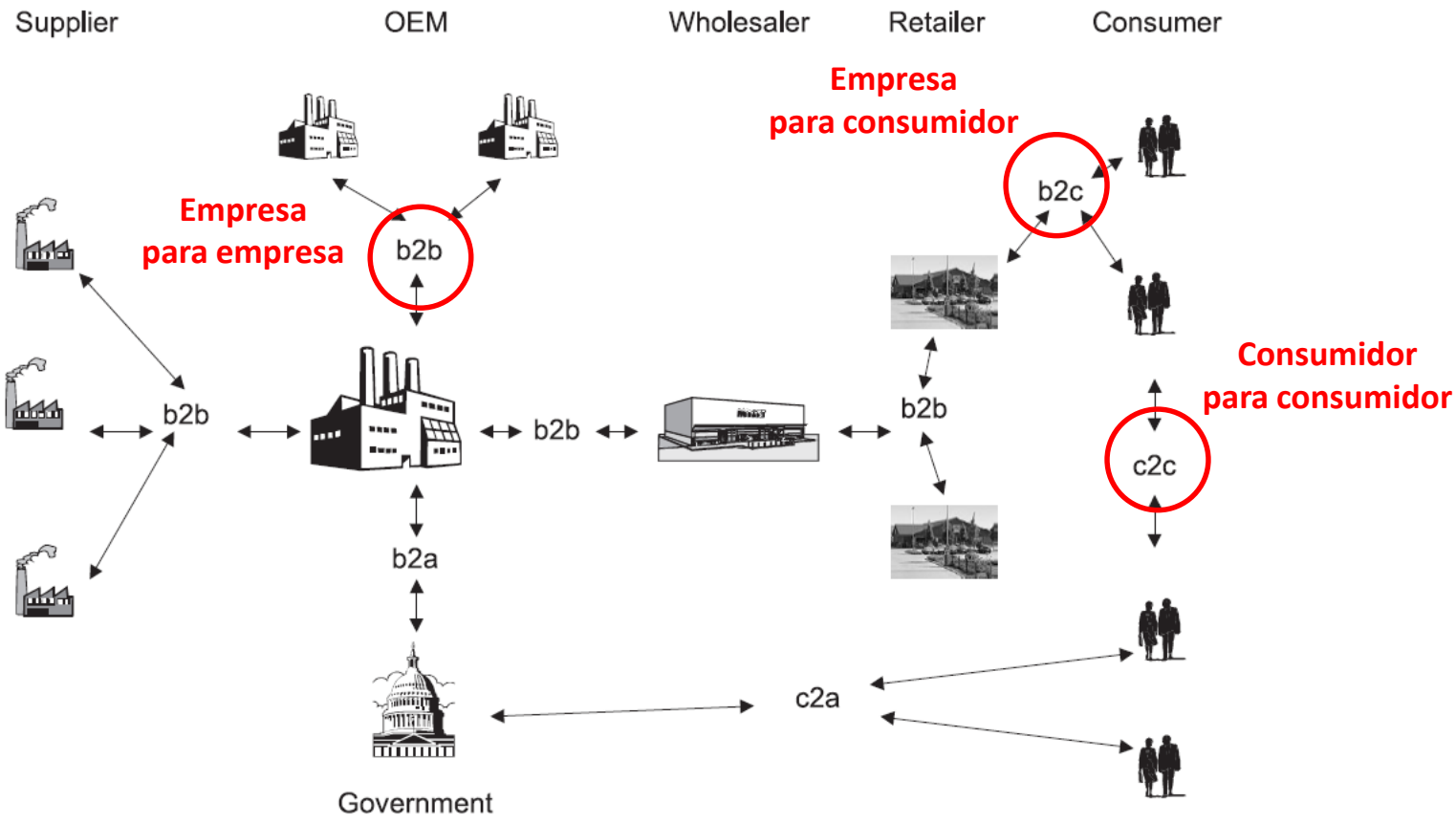
The impact of electronic commerce on logistics service providers

Werner Delfmann, Sascha Albers and Martin Gehring
Department of General Management, Business Policy and Logistics, University of Cologne, Cologne, Germany

Buscou descrever como o *e-commerce* mudou as relações na cadeia de suprimentos

Gestão da cadeia de suprimentos

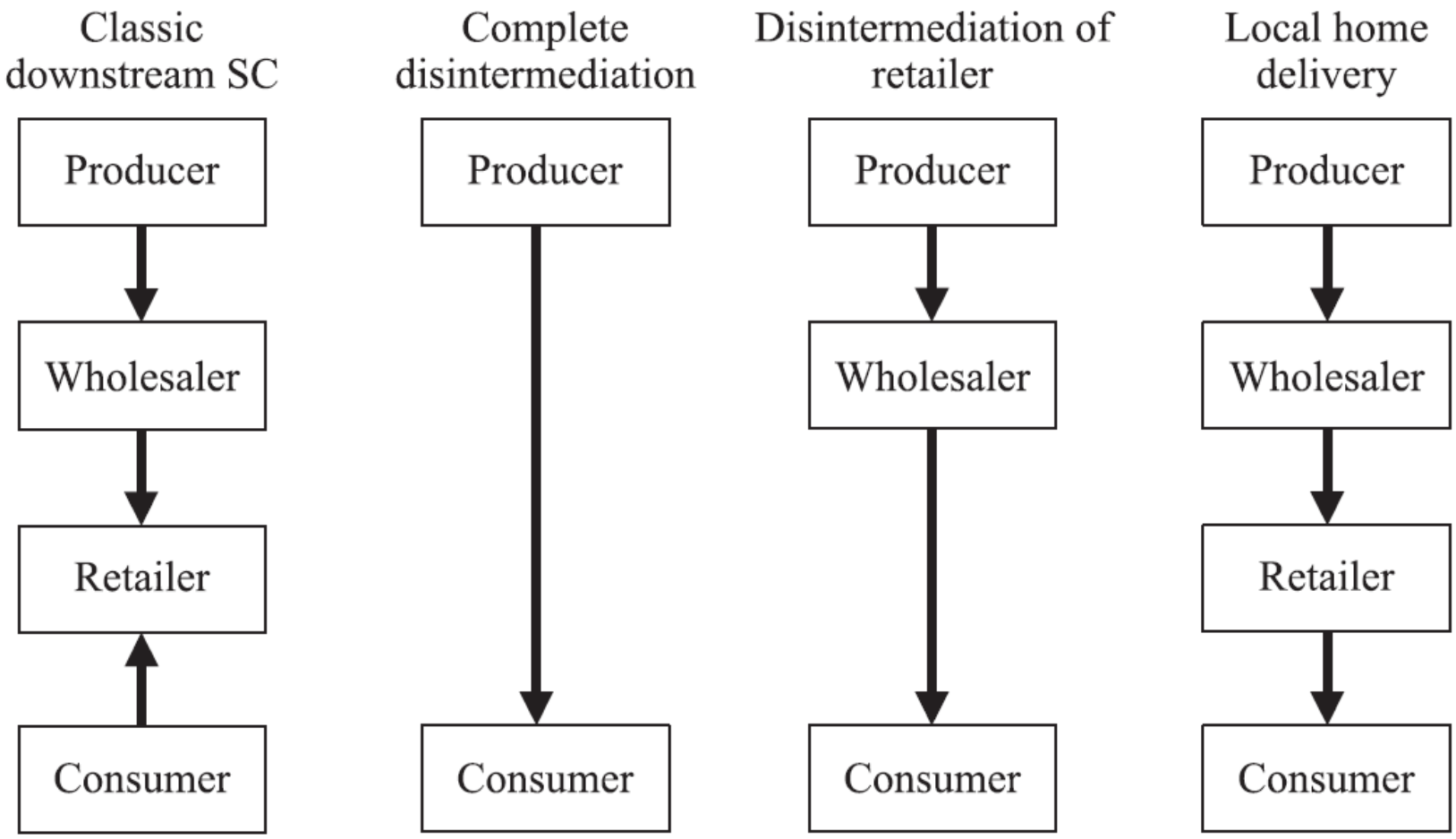
Tipos de transações na cadeia de suprimentos



Gestão da cadeia de suprimentos

Diferentes configurações com a chegada do *e-commerce*

Foco total no cliente!



Gestão da cadeia de suprimentos

Principais mudanças na gestão da cadeia de suprimentos

Sem e-commerce

- **Maior prazo para realização dos pedidos:** predominância dos mesmos fluxos logísticos por um bom período de tempo

- **Proximidade com os elos da cadeia (comércio local):** devido a dificuldade de se chegar a uma loja mais distante, os consumidores optam pelo comércio local

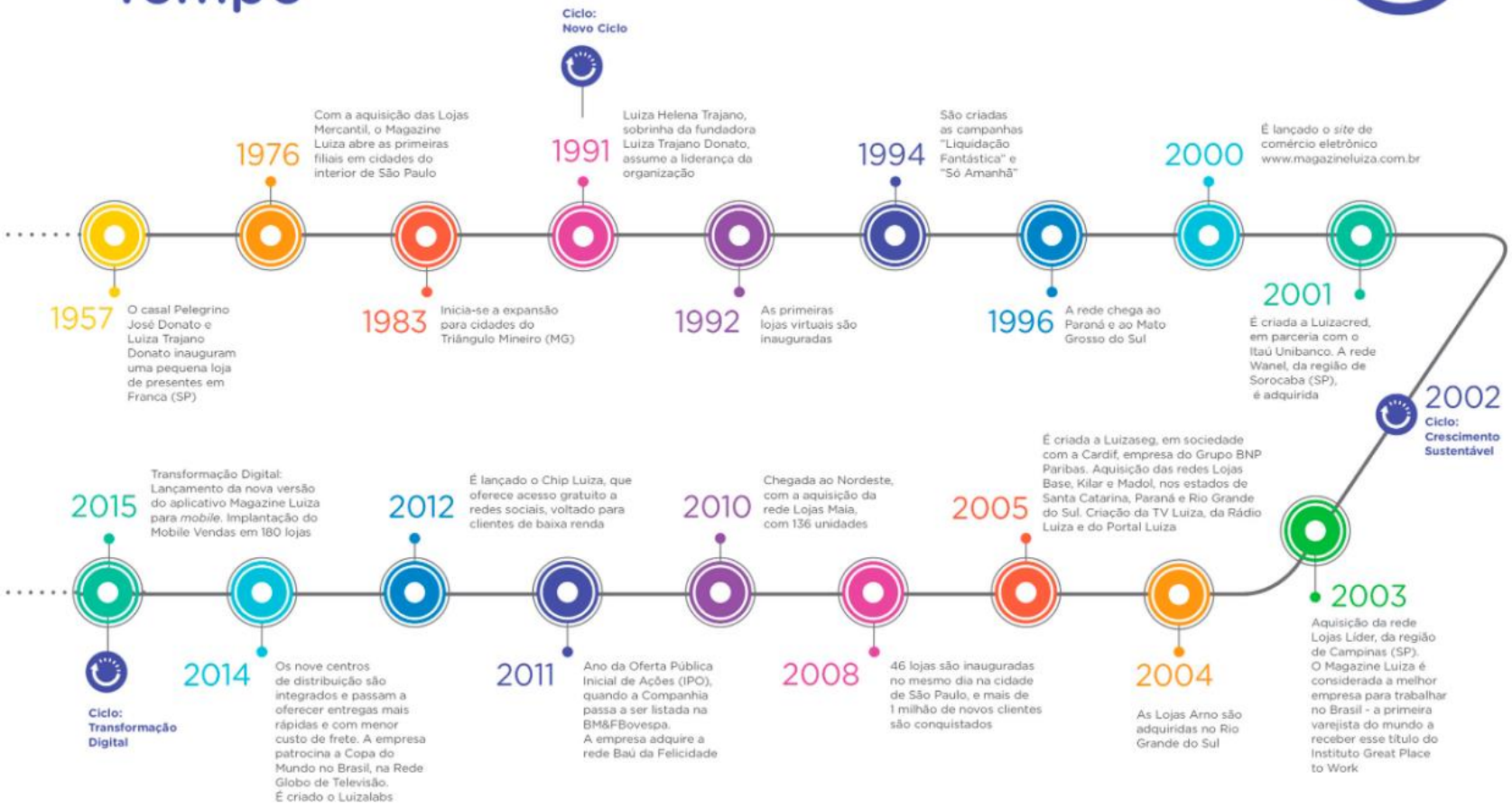
Com e-commerce

- **Menor prazo para realização dos pedidos:** predominância vários fluxos logísticos que mudam constantemente

- **A barreira geográfica já não é mais o problema:** com a facilidade de pedir os produtos em qualquer site de vendas, as compras podem ser realizadas em qualquer lugar do país/mundo

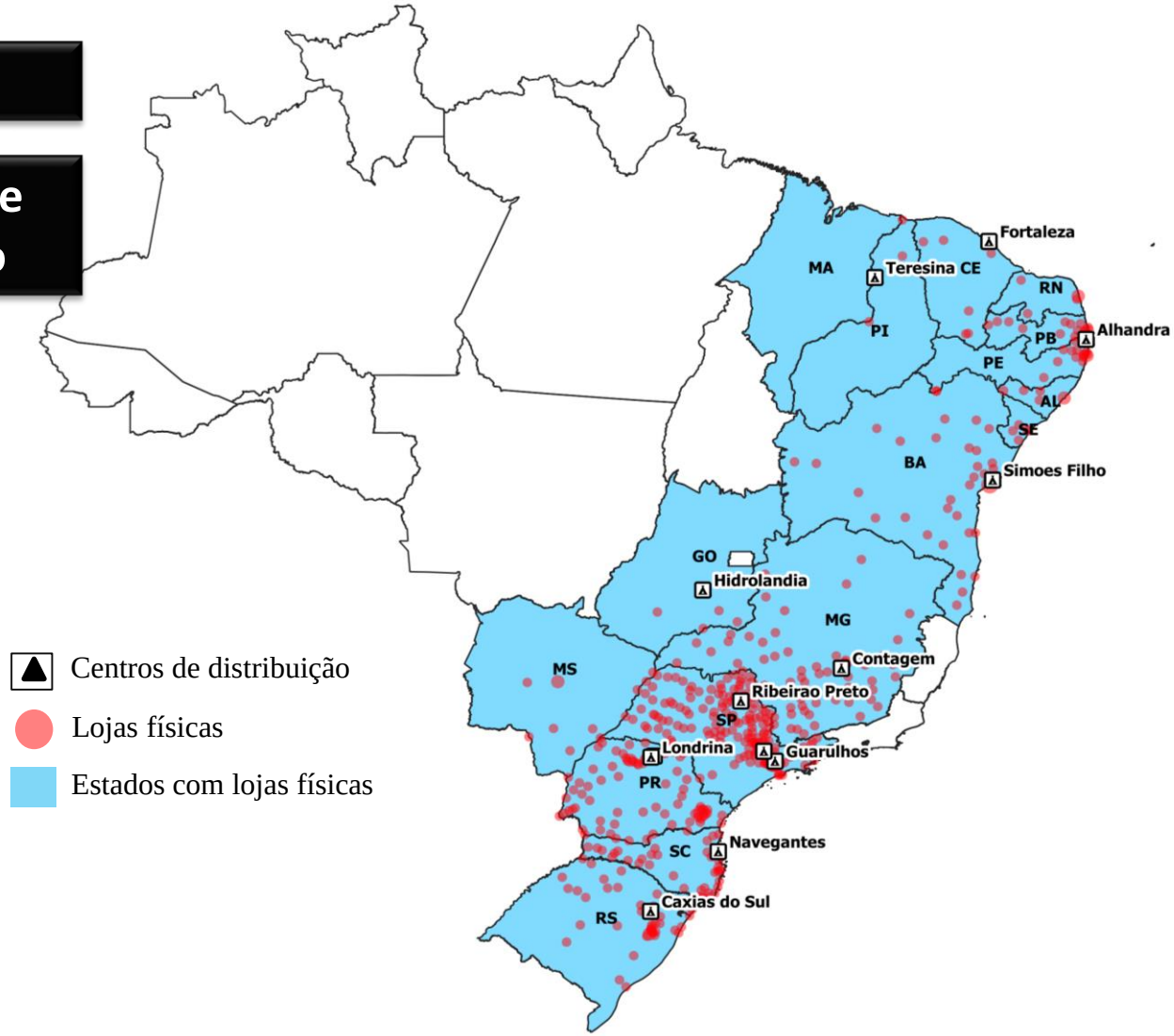
A Magazine Luiza

Linha do Tempo



1.038 lojas

16 centros de distribuição

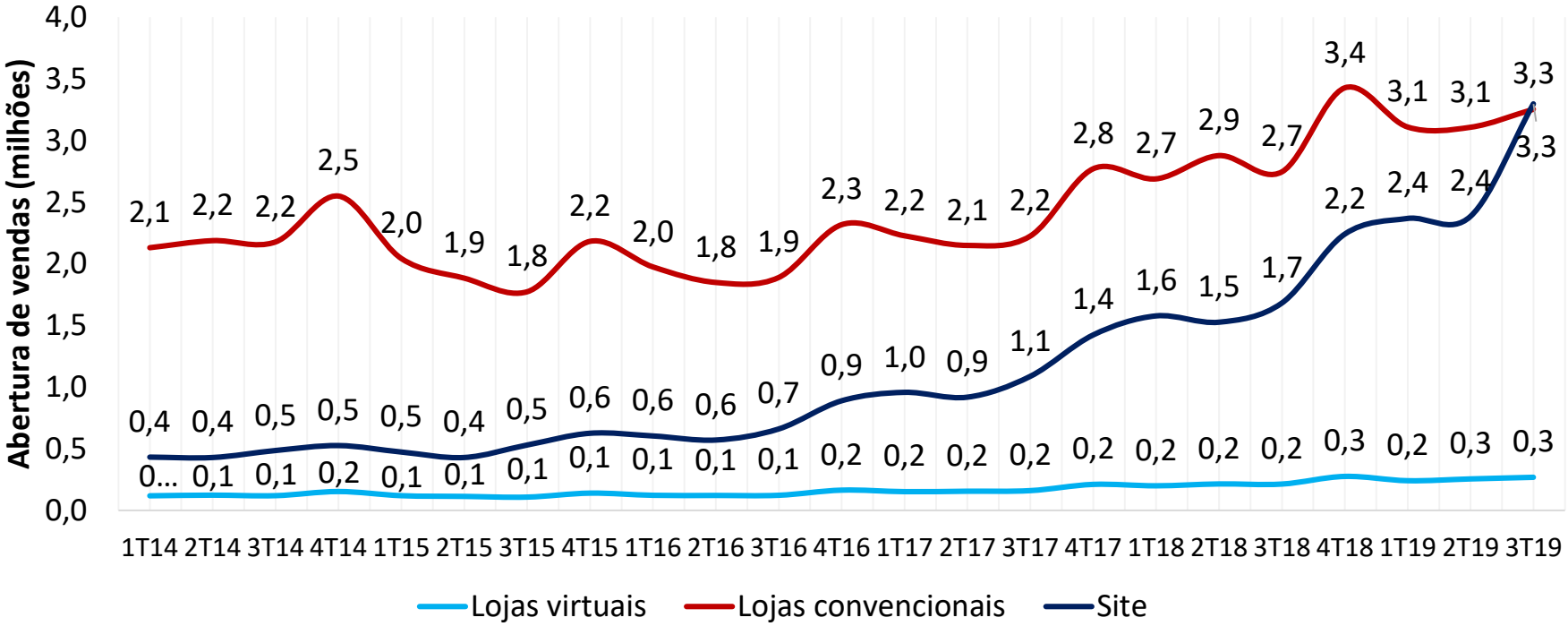


Estratégia da multicanalidade

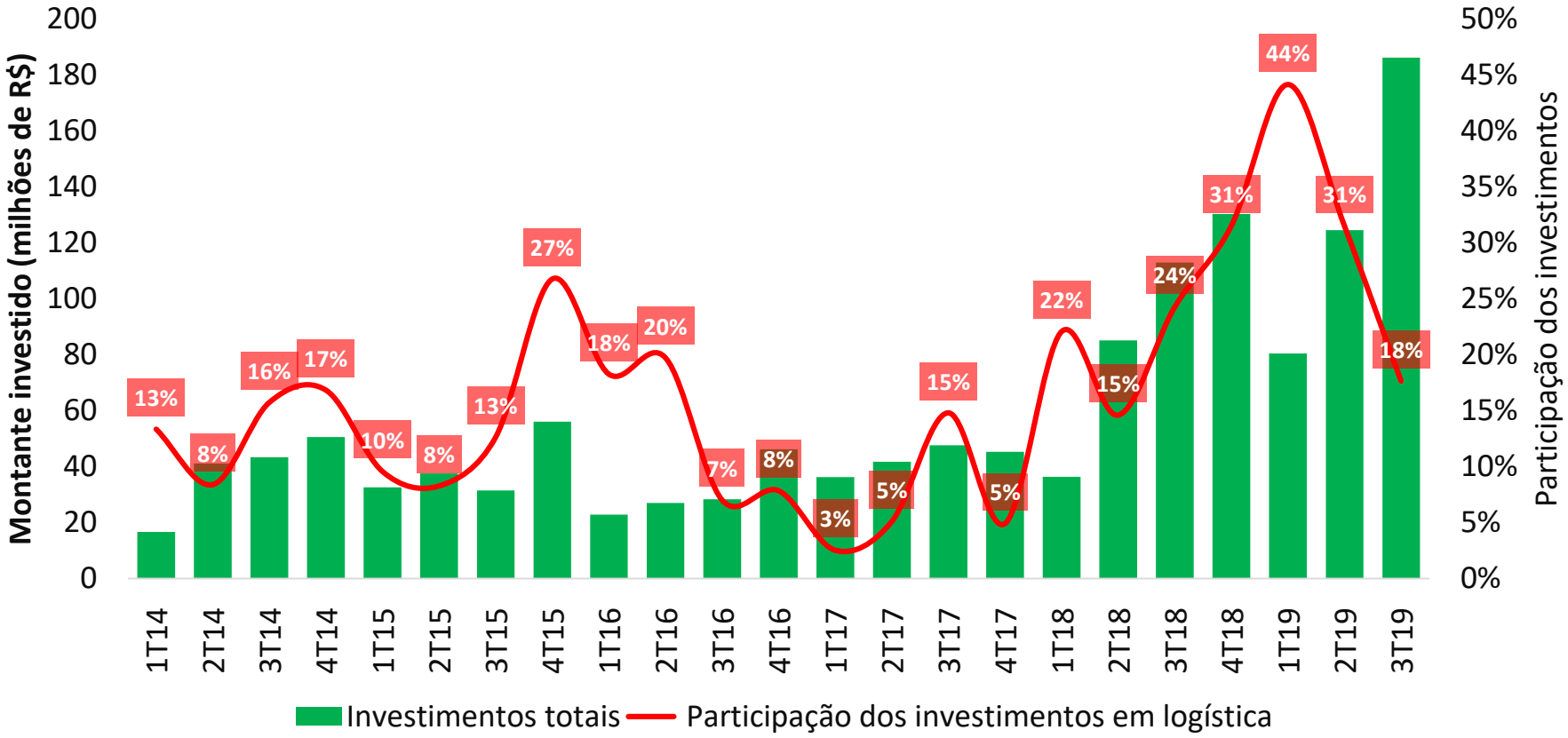
1) **Lojas convencionais:** unidades de rua ou de shopping, com área média de vendas de 700 metros quadrados, mostruário físico e estoque próprio
2) **Lojas virtuais:** unidades menores e sem estoque físico ou mostruário, exceto por aparelhos celulares. O mix de produtos é o mesmo das lojas convencionais, porém toda demonstração é feita por vendedores com recursos multimídia
3) **Site:** as compras feitas pelo site são entregues em todos os municípios do país

Evolução do número de vendas por canal

Necessidade de uma boa malha logística!



Investimentos da empresa nos últimos anos



A malha Luiza

DO ESTOQUE AO CLIENTE

Para otimizar a entrega dos pedidos do comércio eletrônico, que responde por 41% das vendas, o Magazine Luiza usa malha de 2 000 motoristas parceiros, 12 centros de distribuição e oferece a retirada dos produtos em mais de 800 lojas em 16 estados do Brasil

1 COMPRA

+41% do faturamento vem do comércio eletrônico

+50% das compras online são pelo celular

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: o sistema recomenda produtos de acordo com o histórico e o comportamento do cliente

2 ESTOQUE

12 centros de distribuição guardam os produtos

+800 lojas em 16 estados. Pará e Mato Grosso ganharão lojas centros de distribuição em 2019[1]

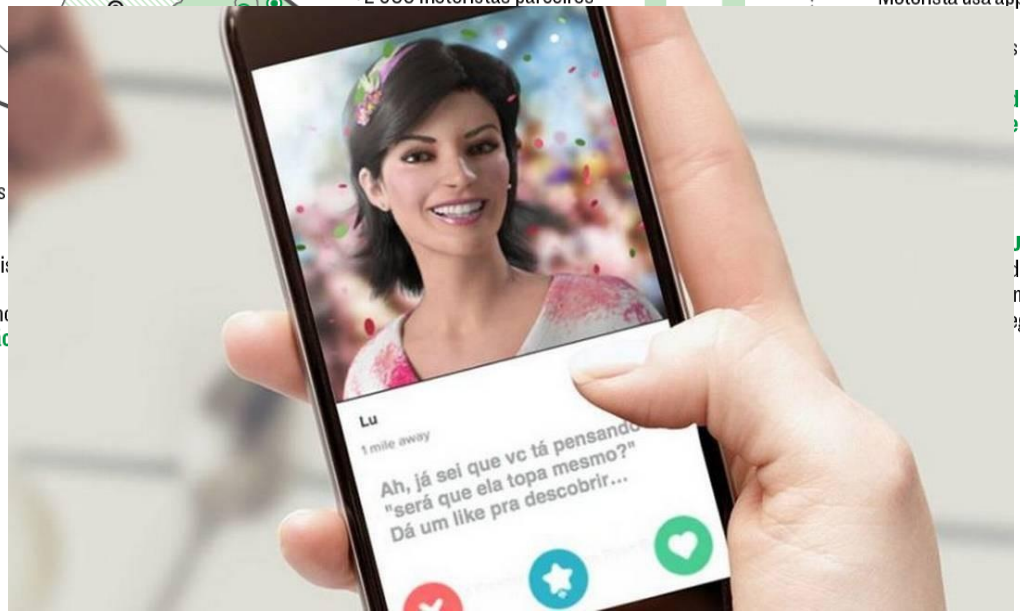
+5 milhões de produtos disponíveis

Mais de **20 lojas** funcionando como **pequenos centros de distribuição**

3 ENTREGA

MALHA LUIZA: +2 000 motoristas parceiros

EM CASA Motorista usa app



O conceito do Omnichannel

Notícias > Supply Chain

Por que Magazine Luiza será um dos 7 "sobreviventes" do varejo mundial

Publicado em Quarta, 01 Agosto 2018 09:20

Os canais precisam conversar entre si para não gerar competição

Questões para entrega/discussão

1) A partir das informações do case, e/ou outras fontes, procure descrever como é feito o processo de gestão do pedido pela Magazine Luiza. Faça o desenho, ou escreva, quais são os participantes (elos) da cadeia de suprimentos e como acontece o fluxo dos produtos e da informação entre eles. De acordo com o artigo "Reconstructing sales and fulfillment cycle to create supply chain differentiation", a cadeia da Magazine Luiza uma cadeia tradicional ou funcional?
2) Descreva como a Magazine Luiza faz o uso das tecnologias da informação para realizar a gestão do pedido, e quais são as principais tecnologias utilizadas. Explique como se dá a relação do processo de gestão do pedido com os demais processos de Gestão da Demanda e de Relacionamento com o consumidor.
3) Explique, de forma breve, quais são as principais mudanças trazidas pelo e-commerce nas cadeias de suprimentos, e quais as estratégias logísticas que a Magazine Luiza vem usando para lidar com essas mudanças. Use o conteúdo do último artigo apresentado.

Obrigado!

rodrigo.moraes.santos@usp.br