

LOGÍSTICA EFICIENTE É A RECEITA DO SUCESSO

A grande função da logística é promover disponibilidade de produtos e serviços, em perfeito estado para utilização no menor prazo e ao menor custo possível. A logística existe em função do atendimento ao cliente. Em outras palavras, a logística busca oferecer o melhor nível de serviço ao menor custo. Essas condições parecem ser de fácil execução, porém na prática podem ser o grande diferencial competitivo de uma empresa. Isto porque erros no prazo, na quantidade, na integridade ou na qualidade do produto causam prejuízo e muitos dissabores aos clientes finais e participantes da cadeia de suprimentos.

Recentemente vivi na pele o problema de uma logística ineficiente. Tudo começou quando notei que a ducha do sanitário de minha residência apresentava vazamento e necessitava de reparo. Examinei do conjunto hidráulico e constatei o problema na mangueira flexível.

Por uns instantes analisei se o melhor seria comprar um novo conjunto, mas meu senso de economia me levou a conversar com um fornecedor para a tomada de decisão. Fui a um grande distribuidor, com a mangueira flexível e a ducha a tiracolo.

Lá encontrei um promotor no setor hidráulico para que pudesse me auxiliar. Fui informada que existia no mercado tal peça, que a rosca e a bitola eram padronizadas e que a substituição era simples. Fui informada também que caso houvesse algum problema eu poderia realizar a troca.

Comprei o produto, rompi o lacre e conferi a compatibilidade da rosca da mangueira com a ducha que eu trazia. Percebi que as peças não eram compatíveis, então fui orientada pelo vendedor a comprar também uma nova duchinha, o que concordei em fazê-lo.

Mas mesmo depois da instalação do novo produto, o vazamento continuava na junção do registro á mangueira. Chamei um encanador, que só poderia atender dois dias depois. Ao chegar, informou que o registro e a rosca não eram compatíveis, diferentemente da informação do vendedor.

Juntei as peças e voltei ao ponto de venda. Solicitei a troca, por um mais confiável, mas percebi que no intervalo do aguardo do encanador, o cupom tinha sido jogado no lixo. Tive que comprar um novo conjunto. Desta vez, considerei a marca, a garantia e o preço. Entreguei ao encanador que cobrou por duas visitas.

Resolvi o problema gastando mais, embora quisesse fazer economia. Pensei no que tinha realmente acontecido. Quando fui ludibriada? Será que o problema foi o nível de serviço da loja. E nas empresas isto também acontece? Qual seria o desenho da situação ideal?

Neste caso, um alto nível de serviço deve possibilitar ao consumidor testar o produto no local antes da compra. Deve haver um profissional de hidráulica para a realização do teste, que conheça normas técnicas e saiba se o produto vendido está em conformidade. Não havendo o teste, a informação do promotor de venda é um compromisso ético com o consumidor.

Quanto á preservação da nota fiscal ser de responsabilidade do consumidor é uma verdadeira trapaça. Cabe ao ponto de venda localizá-la, em caso de devolução. É lógico que as redes de distribuição ainda estão longe de possuir uma boa logística ou um alto nível de serviço. Mas o espaço competitivo está aí e as mudanças no mundo globalizado acontecem em uma velocidade cada vez maior. Quem não perceber a necessidade de mudança ficará para trás e sairá do mercado muito mais rápido que imagina. Ou seja, a logística ineficiente, quanto a informações e procedimentos, são os grandes promotores dos prejuízos. E sem dúvida o prejuízo do consumidor final sempre é menor se comparado com o prejuízo causado ás empresas.

Nádia Januário

Bacharel Administração com Habilitação em Marketing

Especialista em gestão de pessoas

Autora do livro: As Tendências Globais em Gestão Treinamento e Desenvolvimento