

## Gestão da Logística Integrada: ECR – Efficient Consumer Response como Diferencial Competitivo

**Romária Pinheiro da Silva<sup>1</sup>, José Luis Gomes da Silva<sup>2</sup>, Rinaldo César Martins Motta<sup>3</sup>**

Universidade de Taubaté – UNITAU  
Programa de Pós-Graduação Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional  
Departamento de Economia, Contabilidade e Administração  
Rua Expedicionário Ernesto Pereira, 225 centro Taubaté – SP  
[romariacia@ig.com.br](mailto:romariacia@ig.com.br)<sup>1</sup>  
[gomesdasilvaster@gmail.com.br](mailto:gomesdasilvaster@gmail.com.br)<sup>2</sup>  
[rinaldo.motta@bol.com.br](mailto:rinaldo.motta@bol.com.br)<sup>3</sup>

**Resumo-** Esta pesquisa tem como objetivo apresentar como a gestão da logística integrada administrada pelo ECR (Resposta Eficiente ao Consumidor – Efficient Consumer Response) como diferencial competitivo do aumento do nível de serviço prestado ao setor atacadista/varejista. A utilização da ferramenta ECR no setor estudado demonstra que erros de gestão são minimizados, redução das reposições e redução das movimentações desnecessárias dentro da empresa, elevando o nível de serviço logístico e a qualidade com que o fluxo de bens e serviços é gerenciado. As empresas utilizam a logística para agregar valor aos seus clientes, o ECR é um dos conceitos aplicado ao Consumidor, que quer receber o produto certo, no local certo, na quantidade correta ao menor tempo possível e com o menor custo possível.

**Palavras-chave:** Gestão Integrada. Logística. ECR. Cadeia de Suprimentos.

**Área do Conhecimento:** IV-CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

### Introdução

O crescente aumento da oferta de produtos em função dos investimentos no aumento da produção da indústria nos últimos anos, aliado à desaceleração do crescimento do mercado interno, conduziu à alternativa de que devemos garantir a ocupação das indústrias, isto é, o nível de atividade na indústria nacional e, conseqüentemente, o emprego, a partir de novas tecnologias e ferramentas que minimizem e aperfeiçoem o sistema das empresas como um todo.

A pressão pelo aumento do nível de serviço e redução de custos operacionais tem feito com que as empresas utilizem, com frequência cada vez maior, ferramentas mais precisas de análise para dimensionar, organizar e gerenciar suas atividades logísticas. Quando se deseja melhorar o nível de serviço é natural que se esperem custos mais elevados, ou seja, para a melhoria de um padrão, é de se esperar um acréscimo correspondente aos custos.

Porém com a chegada da globalização são forçadas a melhorar o processo dentro das organizações. Este processo se dá para reduzir futuros gargalos na entrega de pedidos, eventos aleatórios em cada área da empresa, informações desconstruídas, erros banais, e melhorar a acuracidade do estoque que pode interferir na eficiência da empresa e na eficácia das atividades desenvolvidas por ela. Para BALLOU, (1993) o nível de serviço é o produto oferecido por qualquer

empresa que pode ser razoavelmente descrito pelas características de preço, qualidade e serviço. O nível de serviço é importante elemento da satisfação do consumidor, para com a empresa.

### Metodologia

Foram elencadas quatro tipos de pesquisas, para fornecer os dados a este trabalho:

1.0 Pesquisa bibliográfica: foi realizada uma pesquisa em livros já consagrados, que expuseram os conceitos de ECR, e dos vários relacionamentos comerciais entre clientes e seus fornecedores;

1.1 Pesquisa documental: foi realizada uma pesquisa, nos documentos das empresas visitadas, com o objetivo de observar os dados antes da aplicação de novas formas de distribuição física, implantação da ferramenta ECR e depois da aplicação delas;

1.2 Pesquisa de Campo: esta pesquisa foi realizada, com o objetivo de recolher os dados no campo, ou seja, nas empresas pesquisadas Empresa atacadistas do setor de materiais para construção. Este tipo de pesquisa faz parte de quase todos os trabalhos e se intera com a pesquisa documental e com a pesquisa de avaliação, que será apresentada a seguir;

1.3 Pesquisa de Avaliação: Este tipo de pesquisa foi utilizado, com o objetivo de ao se observar os dados, fosse feita uma avaliação da

situação “depois”, ou seja, observar se os resultados foram realmente satisfatórios, se concordam finalmente com a proposição e com o objetivo deste trabalho.

### ECR

O ECR (Efficient Consumer Response) resposta eficiente ao consumidor, é o processo para aumentar o nível de qualidade no serviço e facilitar a gestão de materiais, é uma estratégia de indústria supermercadista na quais distribuidores e fornecedores trabalham em conjunto para proporcionar maior valor ao consumidor. Tem como objetivo simplificar, racionalizar e padronizar procedimentos ao longo de toda a cadeia produtiva, por conseguinte preços menores ao consumidor final.

Benefícios:

- Aumento de lucratividade;
- Melhoria do relacionamento entre as grandes lojas atacadistas ou varejistas e o fornecedor;
- Trabalho com estoques reduzidos;
- Diminuição do custo logístico;
- Aumento de vendas e redução dos índices de devolução de produto e de falta do item no estoque.

O valor é sempre definido sob a perspectiva do cliente, todas as atividades desde a identificação da necessidade do consumidor até o atendimento, devem adicionar valor sob a perspectiva do cliente no atendimento de suas necessidades. O cliente paga pelo valor. Há três tipos de ações presentes no gerenciamento da cadeia de suprimentos:

1. Valor agregado cliente – AUMENTAR (VA)
2. Valor agregado do Negócio – REDUZIR (VN)
3. Valor não agregado – ELIMINAR (VNA)

No Brasil podemos citar como exemplo algumas empresas de grande porte que utilizam o ECR como estratégia de redução de preços, custos dos pedidos, administração do índice de falta de produtos, reposição automática, até mesmo nota fiscal eletrônica, dentre elas estão: Nestlé, Coca-Cola, Pão de Açúcar, Makro entre outras. Segundo CORONADO, (2007), a eficiência e o bom atendimento ao consumidor, que sempre foram importantes, agora são fundamentais.

Redução do Tempo de reposição com o ECR

Tabela 1-Ganhos obtidos em dias de reposição com o ECR.

Antes do ECR	Dias	Após EDR	Dias
--------------	------	----------	------

Item vendido na loja Emitir, aprovar e enviar pedido de compra	20	Item vendido na loja Criar e transmitir pedido via EDI	4
Fabricante entra com pedido, seleciona e embarca itens	15	Fabricante entra com pedido, seleciona, empacota itens c/ etiqueta de cód.barra ou loja	4
Expedir via consolidação	10	Expedir direto ao cliente	3
Cliente recebe no depósito central, conta, coloca preço, separa por loja e expede.	14	Cliente recebe no depósito central e baldeia	2
Cliente recebe na loja, coloca na prateleira.	3	Cliente recebe na loja, coloca na prateleira.	2
Total	62 dias	Total	15 dias

Fonte: Ching (1999, p.80).

### Resultados

Conclui-se que a logística deixou de ser apenas o ato de entregar mercadorias, e passou a ser uma ferramenta de extrema importância para redução de custos nos processos internos e externos das empresas, com o objetivo de minimizar erros e maximizar ganhos ao menor custo possível. As empresas passaram a agregar valor aos seus processos para então auferirem ganhos de competitividade e de mercado. É importante lembrar que os ganhos estão diretamente ligados às práticas de cada alternativa de inovação, sendo diretamente inerentes à elas. Após levantamento e coleta dos dados nas empresas do setor em estudo, pode-se observar os ganhos conforme tabela 2.

Tabela 2-Ganhos obtidos com a implantação do ECR em empresa Atacadista de Materiais p/construção.

Atividades	Antes	Depois	% de Ganho
Itens expedidos por período(quantidades de itens)	987	1480	49,95%
Acuracidade do estoque	60 %	100%	40%
Erros de conferência (percentual)	30%	8%	22%
Aproveitamento da área de estocagem (% de área)	-20%	50%	70%

Necessidade de mão-de-obra(pessoas)	-8%	22%	30%
-------------------------------------	-----	-----	-----

**Fonte:** Ching (1999, p.80).

\*atividades assumidas pelo fornecedor com a reposição contínua.

## Conclusão

Os resultados obtidos procuraram demonstrar os ganhos em cada uma das alternativas, de atividades que outrora eram desempenhadas por operadores logísticos da empresa atacadista. Após a implantação do ECR na empresa, pode-se observar a relevância da estratégia adotada na cadeia de suprimentos. O nível de atendimento ao cliente passou a ser mais preciso, minimizou os erros com inventários e a disponibilidade do produto para atender o cliente.

Essa argumentação é perceptível no setor atacadista/varejista, pois a agregação de valor aos produtos é percebida pelo consumidor final, por meio do serviço logístico prestado pelo fornecedor/fabricante, atendendo a filosofia da logística integrada, entregar o produto com preço, qualidade, local e prazo combinado, tudo isso ao menor custo possível.

## Referências

- BALLOU, R.H.; Logística Empresarial – Transportes Administração de Materiais Distribuição Física. São Paulo: Atlas, 1993.
- NOVAES, A.G. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- OSMAR, Coronado; Logística Integrada- Modelo de Gestão. São Paulo:Atlas, 2007.
- CHING, H.Y. Gestão de estoques na cadeia de logística integrada: supply chain. São Paulo: Atlas, 1999.