

Cases

Panvel e Activas apontam caminhos para a eficiência logística

Uso da tecnologia nos processos gera melhores resultados

Juliano Tatsch

juliano@jornaldocomercio.com.br

Uma das áreas que exige maior atenção e investimento por parte das empresas atacadistas é a logística. Em um país com território continental, que utiliza principalmente o transporte rodoviário para o carregamento de cargas e que possui inúmeros gargalos logísticos, inovar nos processos é fundamental e um dos principais caminhos apontados pelos representantes do Grupo Panvel e do Grupo Activas, que apresentaram os cases de como suas empresas atuam para tornar essa área o mais eficiente possível.

O painel "Eficiência Logística e Sustentabilidade na Cadeia de Suprimentos", teve início com a apresentação do diretor de Logística do Grupo Panvel, Edson Reus, que falou sobre como a empresa busca otimizar seus processos logísticos a fim de obter maior agilidade e eficiência. "A Panvel iniciou suas atividades em 1967 e o desafio de inovação sempre esteve presente na rotina da empresa. Temos mais de 26 milhões de clientes nos três estados do Sul e estamos agora fazendo uma experiência de atuação em São Paulo também. A Panvel é uma rede que quer fazer parte da rotina das pessoas", aponta.

Reus destaca a importância da digitalização da empresa em suas mais de 650 lojas. "O cliente busca diferentes canais de distribuição. Temos o aplicativo, a venda pelo site, temos a venda pelo WhatsApp, que é extremamente interativo", diz.

Um dos focos da companhia é impulsionar a rapidez nas entregas. Para isso, conta com nove mini centros de distribuição (CD) que apoiam as entregas, possibilitando que os clientes tenham o produto nas mãos no menor tempo possível. "Temos também mais de 258 lojas delivery e a entrega mais rápida do segmento hoje", celebra o diretor.

Para dar conta de toda a demanda diária, a Panvel possui dois grandes centros de distribuição localizados nas cidades de Eldorado do Sul, na Região Metropolitana de Porto Alegre, com 30 mil metros quadrados de área, e outro em São José dos Pinhais, no Paraná, com 16 mil metros quadrados.

Somente na área de logística, a Panvel conta com mais de 800 colaboradores. Toda essa estrutura resulta em uma capacidade de entregas que, conforme Reus, beira a perfeição. "Tudo o que tiramos dos nossos CDs são entregues em até 98% das vezes no prazo certo e na quantidade certa", afirma.

Para manter esse padrão de qualidade, a companhia investe em tecnologia, o que possibilita, por exemplo, que os indicadores de produtividade possam ser monitorados em tempo real. "Temos uma logística muito forte e robusta. Linkamos, por exemplo, a produtividade ao celular dos líderes de setor, e isso nos deu um ganho muito grande, pois lutamos diariamente contra o tempo."

Atenta à principal novidade quando o assunto é inovação, a Panvel também conta com a sua própria Inteligência Artificial (IA): a Sofia (Serviço de Orientação Farmacêutica com Inteligência Artificial).

"A Sofia está no dia a dia das lojas da Panvel. Ela está no WhatsApp, e o cliente pode usá-la para interpretar a letra dos médicos. Ela faz isso e já leva o cliente para a página do produto no nosso site. Já na logística, nós colocamos nos CDs e em áreas de convivência totens que os colaboradores podem acionar para tirar dúvidas", diz o executivo, que reforça que esse é o começo do uso da tecnologia. "Isso é apenas um grão de areia do que a IA pode nos proporcionar. Queremos que a Sofia aprenda como funciona o nosso pedido para as lojas e assim, ela pode otimizar o deslocamento do separador, que toma de 70% a 80% do tempo de trabalho."

Para Reus, a IA não será uma realidade, pois já é uma realidade. "Sabemos que vai mudar e nos aventuramos nessas mudanças", conclui.



Edson Reus, do Grupo Panvel, salienta o impacto que a IA traz e irá trazer para os processos

A importância de investir em frota própria

Em sua apresentação, a head de Marketing Estratégico, Supply Chain e ESG no grupo Activas Brasil, Fernanda Boldo, destacou o ramo de atuação da empresa, que é uma das maiores distribuidoras de resinas termoplásticas do País. "Compramos, armazenamos e distribuímos os produtos", resume.

Atendendo mais de 2 mil clientes B2B – empresas que posteriormente irão vender os produtos para o consumidor final –, a empresa conta com 11 unidades no Brasil e uma frota própria de 11 caminhões, somando 150 colaboradores na companhia.

Um dos desafios apontados por Fernanda está em agregar valor

diferenciado ao produto distribuído pela empresa. "As grandes empresas produzem o material que nós vamos vender, que é muito semelhante ao que o nosso concorrente vende. Então, como agregar um valor diferenciado? Isso que nos move", afirma.

A gestora destaca a importância de estar onde o cliente está, reduzindo as distâncias e agilizando, assim, o atendimento. "Acreditamos no processo de logística própria. Sempre tivemos frota para atender aos nossos clientes, toda a nossa frota é inventariada e compensamos a emissão de gases de efeito estufa", diz.

Conforme Fernanda, mais de 80% das entregas da Activas

ocorre com frota própria. "Para que investir nisso? É totalmente diferente realizar uma entrega da sua empresa feita pelos seus motoristas. Eles conhecem a cultura da empresa, temos motoristas com mais de 20 anos de casa. Além disso, nossa frota está o tempo todo monitorada, com foco na eficiência, na segurança e no controle de dados", salienta.

Fernanda Boldo reforça que o foco no cliente é fundamental, assim como a adoção da tecnologia, o que permite que as decisões sejam baseadas em dados. "Temos a gestão como propósito e a logística como um diferencial. Isso faz com que possamos encontrar caminhos mais eficientes."



Fernanda Boldo, da Activas, apontou durante o evento a importância de se estar onde o cliente está