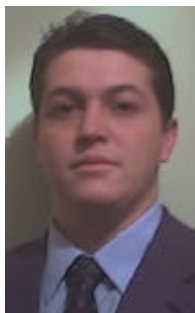


Supply Chain Management como diferencial competitivo

Cristiano Cecatto *



Apesar da importância do *supply chain management* e o rápido desenvolvimento do *e-Commerce*, as tremendas possibilidades de ganhos com essas ferramentas ainda não foram alcançadas. A razão disso é que as pequenas e médias empresas que têm o *supply chain* ao seu alcance ainda não estão conectadas eletronicamente. Existem três leis imutáveis que explicam isso e porquê estas pequenas e médias empresas não foram conectadas usando o *e-commerce*. Há ainda uma quarta lei que determina a necessidade de tecnologia para conectar estas empresas a uma gestão eficiente da cadeia de abastecimento. Uma quinta lei mostra a natureza básica da tecnologia necessária para maximizar o valor destas conexões no futuro.

As previsões para o comércio eletrônico em B2B são muito entusiasmantes e otimistas. Goldman Sachs prevê que em 2005 os valores das transações B2B realizadas online serão de US\$ 7,6 trilhões ao redor do mundo. A projeção é que 80% das transações deste tipo de negócios realizados em todo o mundo serão feitos via internet. No entanto, atualmente apenas uma fração disso acontece realmente.

A atenção dada ao B2B coincide com o reconhecimento dado ao *supply chain*. Antes dos anos 90, pouco foi dito sobre o impacto dos projetos eficientes e efetivos de *supply chain*. Entretanto, poucos anos depois, a importância competitiva do *supply chain* foi bem reconhecida. Companhias como Procter & Gamble demonstram o impacto de um *supply chain* efetivo. Em 1997, a empresa estimou uma economia de US\$ 65 milhões em 18 meses ao implantar um projeto eficiente.

No ano passado muito se ouviu falar em termos como integração, conectividade, sincronização e colaboração em relação ao *supply chain management*. Mas com a atual tecnologia utilizada para conectar, dividir e armazenar grandes quantidades de informações, parece que a conectividade continua defasada, principalmente pelas barreiras impostas pelo fator humano.

Supply chain é uma complexa rede de facilidades e organizações com diferentes e conflitantes objetivos. Como resultados desta complexidade, não é difícil entender porquê apenas algumas poucas e grandes empresas conseguem usar o *supply chain management* e obter sucesso em seus projetos de forma efetiva.

Por quê o *supply chain management* não foi totalmente abraçado se o seu potencial de impacto já foi compreendido? Por qual motivo a Internet não foi totalmente utilizada como um esforço para maximizar esse potencial? A resposta para estas perguntas esbarra nas mudanças de comportamento e na quebra de paradigmas dos envolvidos, fazendo com que a velocidade para tais mudanças seja ainda muito reduzida. Em muitas instâncias, 80% dos membros que compõem o *supply chain* são as pequenas e médias empresas. A impressão inicial que temos, é que o futuro sucesso do B2B, do B2C e do próprio *supply chain management* depende de grandes empresas. Mas a realidade é que um impacto maior e a economia que as empresas procuram poderão ser encontrados mais facilmente em pequenas e médias empresas que se organizarem e implantarem projetos de *supply chain*.

* Cristiano Cecatto – Gerente Executivo e Consultor especialista em logística Inbound/Outbound da QualiLog. 2º Colocado do Prêmio A.B.M.L. - Associação Brasileira de Movimentação e Logística / 2002, na categoria Movimentação e Armazenagem / Case – Roche.

e-mail : cecatto@qualilog.com – Tels. + 55 (11) 3772-3194 / + 55 (11) 3815-6840