

Tarefa 8 – Gerenciamento da cadeia de suprimentos

A distribuição do comércio varejista apresenta certas regularidades relacionadas ao papel econômico que determinadas localidades desempenham, e o interesse pelo estudo dos modelos locacionais e a discussão de sua relevância para compreensão e análise da problemática da localização das atividades econômicas coloca-se como fundamental para entendimento do processo pelo qual os investimentos são direcionados no espaço geográfico e quais os fatores condicionantes dessa decisão.

O interesse pelo estudo dos modelos locacionais e a discussão de sua relevância para compreensão e análise da problemática da localização das atividades econômicas coloca-se como fundamental para entendimento do processo pelo qual os investimentos são direcionados no espaço geográfico e quais os fatores condicionantes dessa decisão distribuição, o aumento dos lucros poderia ser resultado de ganhos diferenciais relacionados às vantagens locacionais, ou seja, a localização começou a ter enorme significado quando passou a representar um dos elementos que influenciava os custos de produção e os lucros e, portanto, a capacidade de sucesso do empreendimento no capitalismo concorrencial.

A utilização de informações espaciais através de softwares específicos deu um novo sentido aos estudos locacionais, não somente àqueles realizados no âmbito acadêmico, mas também e principalmente àqueles realizados pelas chamadas empresas de geomarketing. Dessa forma, se, no período de 1980 a 1990, encontramos estudos locacionais pontuais sobre alguns ramos varejistas como, por exemplo, supermercados e shoppings centers, e alguns estudos mais gerais destacando a importância do varejo ou da indústria para o desenvolvimento regional.

A preocupação com a escolha da localização que melhor atenda aos interesses das empresas varejistas sempre foi latente, porém a diferença em relação às formulações e aos modelos teóricos sobre a localização de atividades econômicas, no qual destaca -se sobretudo Christaller por analisar a distribuição do comércio e serviços, é que esses autores consideravam o custo dos transportes como fator fundamental para determinação da localização ótima, enquanto que no período contemporâneo, por outro lado, podemos identificar outros fatores que se tornaram mais importantes na medida em que esse fator relativamente perde importância devido à unicidade da técnica no espaço geográfico.

Em outras palavras, os avanços tecnológicos no sistema de transporte e comunicação ao provocar uma relativa homogeneização do espaço quanto aos atributos locacionais, fez aflorar o potencial das estratégias locacionais como elemento diferenciador que garante a preferência do consumidor e o melhor desempenho econômico de estabelecimento varejista. Por estratégias locacionais estamos considerando muito mais do que somente a preocupação com a localização, pois incluímos também as estratégias de fidelização e crédito, além da preocupação em monitorar o comportamento do consumidor, que são tendências latentes do varejo atualmente.