

VALUE FLOW ®  
DISTRIBUTION FLOW  
- Retalho e Distribuição

2019

# ÍNDICE

1. Porquê o Distribution Flow?	3
2. O mercado-alvo da solução Distribution Flow	4
3. Problemas comuns endereçados pela solução Distribution Flow	5
4. Caraterísticas da solução Distribution Flow	6
5. O pulo do gato	7
6. Resultados	9
7. Pressupostos	10

## 1. PORQUÊ O DISTRIBUTION FLOW?

Esta é a solução que garante um extraordinário desempenho de toda a cadeia de distribuição até ao retalho, no que se refere à disponibilidade dos produtos. Tendo por base a unificação de várias escolas de pensamento já testadas, toda a sequência dos trabalhos está desenhada de modo a que cada fase implementada produza resultados de imediato. Eis o nosso mote:

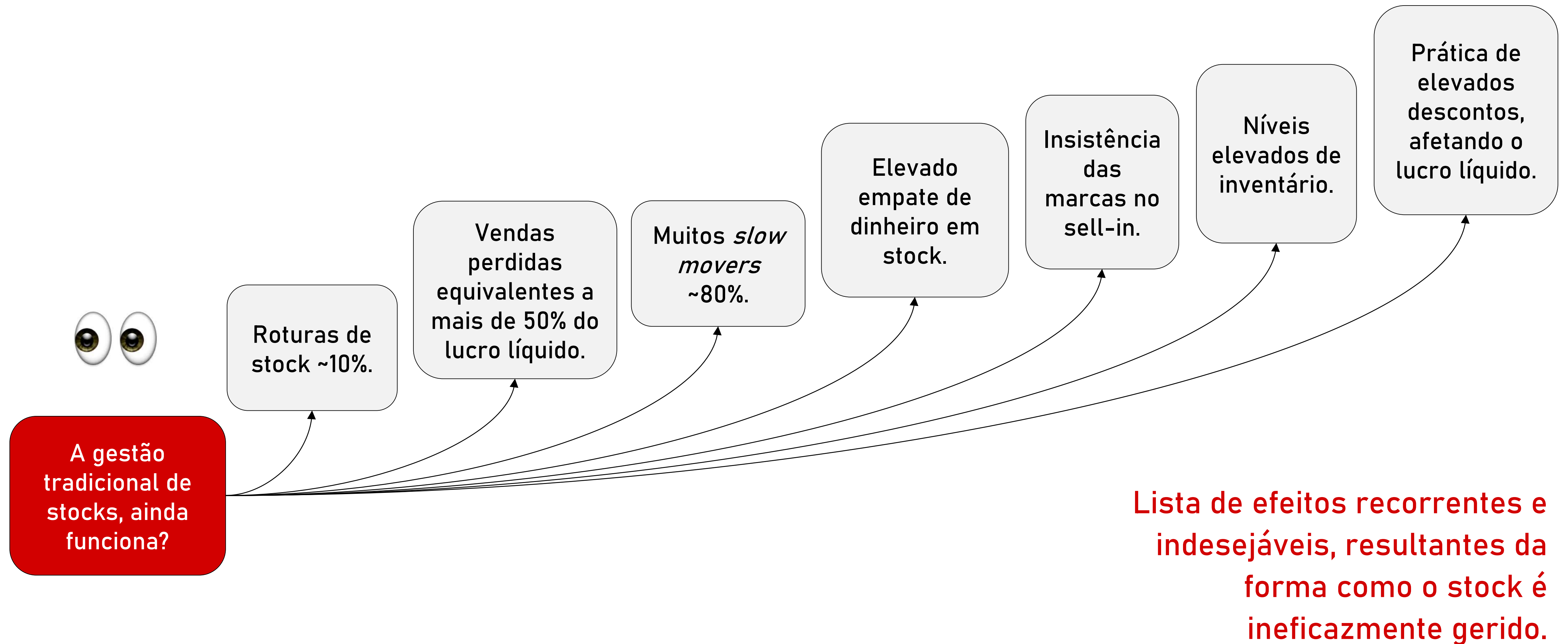
Aumentar a disponibilidade (vendas) enquanto se reduz o inventário é o que se pretende, mais e mais em qualquer cadeia de distribuição, pois está-se a afetar duplamente a métrica primária deste negócio, isto é, a rotação de inventários.

A disponibilidade de um produto é uma necessidade primária do consumidor e é a mais valorizada. Só quando o consumidor final compra é que todos os elos da cadeia fazem dinheiro.

## 2. O MERCADO-ALVO DA SOLUÇÃO DISTRIBUTION FLOW

- 🌀 Empresas que têm no core a distribuição ou o retalho.
- 🌀 Produtos em que a tolerância de espera do cliente é inferior ao seu tempo de produção (ambiente Make-to-Stock).
- 🌀 A maior parte do dinheiro está empatado em stock.
- 🌀 Empresas que pretendem melhorar fortemente o seu desempenho financeiro, sem recorrer a investimento.
- 🌀 Empresas que querem desafiar o *status quo* (e com isso adquirir uma cultura empresarial que produz resultados).

### 3. PROBLEMAS COMUNS ENDEREÇADOS PELA SOLUÇÃO DISTRIBUTION FLOW



## 4. CARATERÍSTICAS DA SOLUÇÃO DISTRIBUTION FLOW

---

Fase I	Cria-se as competências internas à empresa que permitirão posicionar a mesma, no mercado, com uma decisiva vantagem competitiva - algo que todas as empresas desejam, mas muito poucas conseguem. Esta fase relaciona-se sempre com as operações e a cadeia de abastecimento e tem por objetivo atingir níveis de disponibilidade na ordem dos 99%, com metade do inventário atual.
Fase II	Protege-se a rotação de inventários alcançada a partir de um trabalho continuado com os elos vizinhos da cadeia de distribuição, para que os tempos de entrega e a disponibilidade sejam cada vez melhores e mais sustentáveis ao longo do tempo.
Fase III	Aumenta-se o crescimento a partir de uma nova métrica de desempenho TPA (Throughput per Area – Margem por Área). No final desta fase, implementa-se um sistema de melhoria contínua a partir das melhores práticas de Lean Six Sigma. A expansão do negócio dá-se com o alargamento dos canais de distribuição e/ou de lojas. Aqui fornecemos as bases para que a mesma possa ser feita em tempos muito competitivos.

---

5. O PULO DO GATO

MACRO ATIVIDADES		MÊS 1	MÊS 3	MÊS 6	MÊS 9	
1.	Alinhamento da gestão de topo, a partir de um workshop estratégico.	➤				
2.	Definição dos termos e condições com o Cliente.*	➤				
3.	Definição dos meios de suporte à iniciativa.	➤				
4.	Realização dos workshops e implementação da fase respetiva. **		➤	➤	➤	➤
5.	Reuniões de coaching, follow-up e pontos de situação da iniciativa.			➤	➤	➤

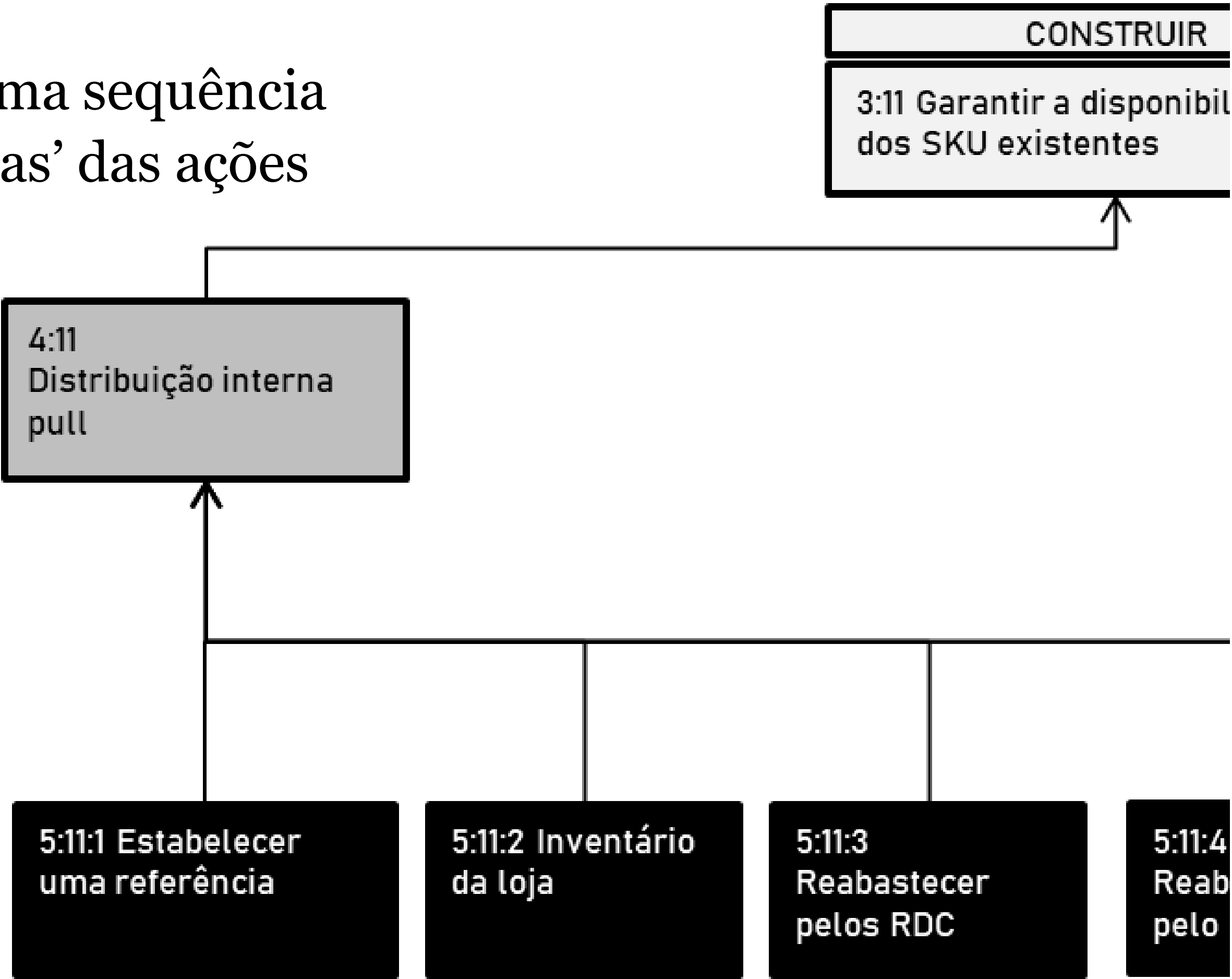
\* À luz contratual, as fases são módulos independentes - o Cliente tem liberdade de escolha.

\*\* Cada fase é composta (em média) por 5 Workshops de 3/5 dias cada e a tempo inteiro. Cada workshop tem sempre uma componente de formação e uma implementação blitz do que foi acordado. O líder (champion) da iniciativa é um Top Manager, que participa ativamente nos workshops. Os workshops estão profissionalmente documentados, para que o risco de insucesso seja mínimo. A sequência de implementação da solução via workshops é um modelo testado e comprovado.



5. O PULO DO GATO

A implementação da solução segue uma estrutura e uma sequência específica de passos lógicos que permite ver as ‘pegadas’ das ações presentes e futuras. Explicita-se em cada caixa, o porquê de se querer tomar cada ação e numa sequência específica, comunicando-se assim eficazmente toda a iniciativa à empresa e minimizando a resistência à melhoria. A árvore de estratégia e tática (STT) Distribution Flow é ainda desdobrada em checklists standard que ajudam a responder se uma determinada ação (caixa) está ou não terminada.



Excerto de uma parte da STT, para a fase I.



## 6. RESULTADOS

- Criação de uma indiscutível vantagem competitiva (algo que a maioria da concorrência não consegue igualar).
- Disponibilidade dos SKU de 99% - menos roturas de stock.
- Aumento considerável do lucro líquido e rotação do inventário.
- Mais liquidez de caixa e menos *slow movers*.
- Aumento da quota de mercado.
- Forte alinhamento das pessoas no sentido *top-down* e *bottom-up*.
- Nova forma de pensar e de olhar para o negócio.
- Primeiros resultados ao fim de 2 meses.

## 7. PRESSUPOSTOS

- Nível elevado de maturidade dos participantes (reconhecimento de que os resultados estão abaixo das expectativas e a instabilidade vivida no dia-a-dia é elevada).
- *Assessment* financeiro e das operações realizado *a priori* do programa.
- O TOP Manager é o primeiro a querer gastar o seu capital político para fazer as coisas avançar.
- As pessoas identificadas para os workshops participam a tempo inteiro e estão verdadeiramente interessadas em melhorar.

A qualidade de uma solução é diretamente proporcional à qualidade dos seus pressupostos.

