

...venda a granel,
...não ao plástico

Mercado

Dados e
privacidade

Touchless
Self Check-Out

Comércio justo
Blockchain
Relações
comerciais

Digitalização

Formação de
RH

Economia
circular

CX
Experiência
do Cliente

OUTUBRO 2021

WHAT´S IN THE BOX O QUE ESTÁ NA CAIXA?

WHAT´S IN THE BOX?



WHAT´S IN THE BOX? | O QUE ESTÁ NA CAIXA?

É CERTAMENTE DAS QUESTÕES MAIS REPETIDAS NO DIA A DIA DE QUEM TRABALHA NO SETOR DA DISTRIBUIÇÃO.

Saber o que se transporta, de quem e para quem, com que prazo de entrega, são algumas das preocupações elementares do setor; mas por de trás destas questões há um “camião” de premissas que necessitam ser cumpridas para garantir o sucesso do negócio. Nos últimos anos a logística e distribuição foram os setores que mais pressão sentiram para se manterem expeditas.

O setor da distribuição é considerado um dos setores mais atrativos para investidores, com volumes de negócios muito elevados, e com grande potencial de crescimento, mas também é um dos mais competitivos. As grandes empresas grossistas e retalhistas globais ganham cada vez maior vantagem competitiva enquanto a quota de mercado das empresas regionais grossistas

e retalhistas independentes se reduz. Desde a entrada da chamada “distribuição moderna” e da popularização dos hipermercados em solo português na década de 90, que se tem assistido a um declínio nas vendas e lucros, não só do retalho independente, mas também do setor grossista em geral.

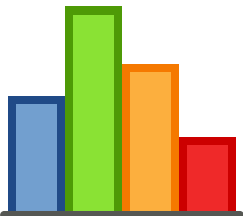
2020 FOI UM ANO DE RESULTADOS MISTOS



... para distribuidores grossistas de produtos de consumo.

O papel higiénico, produtos de limpeza e utilidades do lar foram vendidos além das previsões do grossista, enquanto o retalho enfrentou encerramentos de lojas e falências. Ao olharem para 2021, os grossistas sentiram necessidade de estar preparados para uma volatilidade adicional com os seus parceiros de retalho em que os relacionamentos na sua rede serão cada vez mais importantes. Além disso, conforme a economia circular cresce com a pandemia, destacando os seus benefícios, os grossistas devem procurar tornar-se participantes ativos que não apenas contribuem para o crescimento da indústria, mas também encontram maneiras a capitalizar





Todos os parâmetros de gestão continuarão a mudar

O autor especializado em retalho Andrew Busby escreve na Forbes que a velocidade da inovação é tudo o que importa. Busby afirma que: «Todos os parâmetros de gestão continuarão a mudar, nada permanecerá estático ao ponto de todas as decisões poderem sofrer alterações quase diariamente. As estruturas horizontais, a rápida tomada de decisões e as operações ágeis serão os atributos de um negócio de distribuição capaz de sobreviver, ao passo que a burocracia lenta, corporativa e onerosa irá levar muitos à falência.»

A pandemia tornou quase impossível fazer previsões e a prova disso são as atualizações feitas às estimativas de crescimento da economia, por exemplo. As previsões da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico melhoraram face às publicadas em dezembro, quando estimava um crescimento do PIB português em 1,7% para 2021 e em 1,9% para 2022, estimando agora um crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) de 3,7% este ano e de 4,9% no próximo, ainda assim abaixo das expectativas do Governo (números totalmente diferentes).

Apesar deste quadro de imprevisibilidade, as experiências inéditas vividas em 2020-21, e que demonstraram a capacidade de resiliência, adaptação e flexibilidade de toda a cadeia de valor associada ao retalho e distribuição, permitem prever com relativa segurança algumas tendências no setor da distribuição e retalho para 2022, em Portugal.

O SEGREDO ESTÁ MAIORITARIAMENTE NAS RELAÇÕES COMERCIAIS E ACESSO A LINHAS DE CRÉDITO, NO ENTANTO, COM O NÍVEL DE IMPREVISIBILIDADE QUE VIVEMOS, A CONTRATAÇÃO DE NOVOS FORNECEDORES E ANGARIAÇÃO DE NOVOS CLIENTES COMPLICOU-SE. MAS HÁ FORMAS DE OTIMIZAR A GESTÃO PARA SER MAIS SIMPLES REAGIR. ASSIM TORNA-SE FUNDAMENTAL:

INOVAR NA LOGÍSTICA DE ARMAZÉM - ELIMINAR A FRAGMENTAÇÃO

Os distribuidores grossistas devem atualizar os sistemas antigos e fragmentados que impedem que as informações e as ideias sejam utilizadas em toda a empresa. Deve existir transparência e acesso a informação crítica em toda a empresa, de modo a identificar e prever oportunidades e riscos. A utilização de uma solução de gestão empresarial que integre todas as funções da empresa e facilite a colaboração é fundamental para que a execução decorra sem problemas.

Além disso, a tecnologia de automação integrada no software de gestão empresarial garante que os trabalhos de escritório importantes possam continuar a ser efetuados, sem a necessidade de pessoal para os gerir presencialmente, um entrave que muitas empresas sentiram com a pandemia.

LAST-MILE - (ÚLTIMA MILHA)

A última milha está a passar por uma disrupção provocada pelos novos modelos de negócios que atendem às exigências do cliente por uma entrega cada vez mais rápida e é hoje considerado como um diferenciador chave no momento de escolha.

Com o aumento do comércio online, as preferências do consumidor têm se tornado cada vez mais importantes no setor de entrega de encomendas, anteriormente voltado mais para negócios. Com isso em mente, os fornecedores estão a trabalhar para oferecer a melhor experiência possível ao cliente, especialmente através da melhoria dos prazos de entrega.



A entrega no mesmo dia e instantânea provavelmente alcançará uma participação combinada de 20 a 25 por cento do mercado em 2025, e é provável que cresça ainda mais, especialmente se o serviço for estendido para cobrir, até certo ponto, áreas rurais. O que significa esta informação para os players do mercado? As empresas devem começar a preparar-se para o futuro da última milha agora (caso ainda não o estejam a fazer), pois precisam lançar as bases de RH, TI e estratégia de investimento o mais rapidamente possível.



ESTRATÉGIA DE PREÇOS/NEGOCIAÇÃO

O custo global do mercado de entrega de encomendas, excluindo a recolha, transporte e distribuição, é de cerca de 70 mil milhões de euros. A China, a Alemanha e os Estados Unidos representam mais de 40% do mercado. E não só o mercado é grande, como também é altamente dinâmico. O maior impulsionador desse crescimento, não surpreendendo, é o e-commerce, que mudou a participação de mercado do segmento B2B para o segmento B2C.

Os distribuidores enfrentam desafios específicos como a otimização das margens reduzidas, o equilíbrio do relacionamento com os retalhistas e a criação de uma estratégia eficiente que mantenha o fluxo de vendas. Porém, existe também tecnologia para ajudar os distribuidores nesses domínios. Ter uma base de dados que unifique a informação que circula em toda a empresa e que permita em qualquer lugar, e em tempo real, aceder à informação comercial, financeira, stocks, encomendas ... é a base. Com este nível de gestão poderá depois capacitar todos os elementos da empresa com soluções específicas, conectadas a esta base de dados, para tomadas de decisão fundamentadas, assim como agilizar procedimentos e fluxos de informação.

SUSTENTABILIDADE

O plano de recuperação da União Europeia assenta em dois pilares fundamentais: a transição digital e a transição verde. Por isso, esta será uma tendência fundamental, este ano.

Eficiência energética, otimização das cadeias logísticas, gestão sustentável da água e combate ao desperdício alimentar são algumas das áreas que, nos últimos anos, têm vindo a ser trabalhadas pelo sector. A reciclagem, principalmente de embalagens de plástico, e o desperdício alimentar também têm estado na agenda, com o sector a envolver-se em ações concretas para combater estes problemas. Em 2022, a sustentabilidade vai continuar a ser estratégica para a sociedade e também para o sector.





HIGIENE E SEGURANÇA

Continuará a ser uma área fundamental para assegurar todas as condições a clientes, trabalhadores e fornecedores. Não existe evidência científica que demonstre que os espaços comerciais têm risco acrescido em relação a outros locais e o investimento permanente que o sector tem feito em sistemas de desinfeção e na disponibilização de produtos de higiene mostram a importância que é atribuída a esta área. Só em Portugal, em 2020, o investimento das insígnias do retalho alimentar e não alimentar em higiene e segurança foi de mais de 25 milhões de euros, só em equipamentos de proteção individual e álcool gel (números provisórios).

Mas as questões de higiene e segurança não se limitam a produtos, passam também pela diminuição das situações de contacto físico. Uma delas tem a ver com a criação de condições para que se recorra, cada vez com maior frequência, a formas de negócio “contactless”, quer seja através da digitalização de procedimentos e relações comerciais, como através de pagamento com cartões bancários ou dispositivos móveis.

PORTUGALIDADE

Os produtos essenciais nunca faltaram aos portugueses, existiu resiliência e capacidade de alinhamento e sintonia entre todos os intervenientes da cadeia de abastecimento – produtores, indústria, logística, transportes, operação nos entrepostos e em loja – para continuar a fornecer Portugal.

A pandemia aprofundou a colaboração com a produção nacional e as empresas aperceberam-se que conseguimos trabalhar com produtores ainda mais pequenos do que os que normalmente constituíam a rede e é nesta relação que os próprios também evoluem, ao criarem sistemas de formação, desenvolvimento e investigação mútuos. Esta componente da “portugalidade” do sector, é projetado pela AICEP que se vá acentuar nos próximos anos.





PERSONALIZAÇÃO E INOVAÇÃO

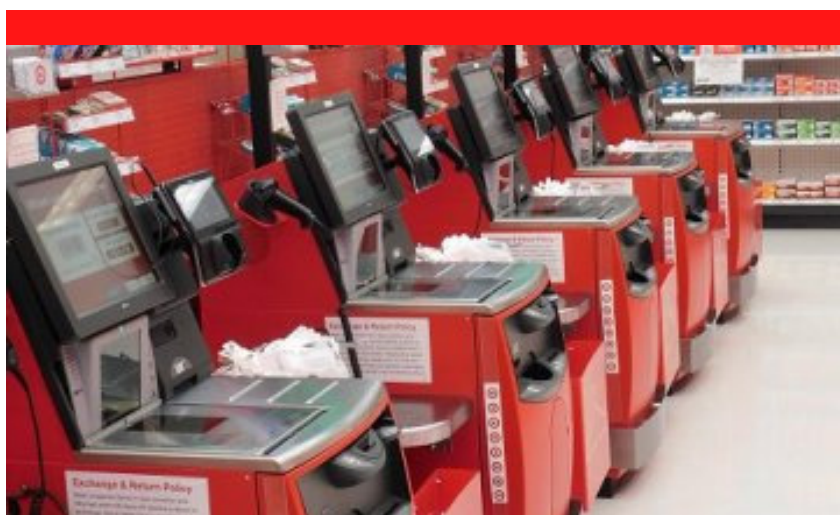
A distribuição foca-se na construção e manutenção do relacionamento com o cliente, mas atualmente passou a haver a necessidade de a experiência do cliente ser ainda mais perfeita e personalizada. Aos distribuidores já não basta satisfazer as necessidades do cliente, pois têm de encontrar maneiras de influenciar essas necessidades por meio da inovação.

É provável que muitos já ofereçam serviços simples de valor acrescentado, tais como a seleção, recolha, embalagem e envio dos produtos. Existem, contudo, serviços mais sofisticados que os distribuidores poderiam considerar fornecer, visando aumentar o lucro e diferenciar-se da concorrência. Alguns exemplos:

- Instalação de produtos e montagem de componentes
- Personalização de produtos
- Serviço externo, manutenção e controlo de qualidade
- Reparação interna
- Entrega com prazo certo
- Consultoria
- Formação e educação

INOVAÇÃO

Esta é uma tendência recorrente nos últimos anos e sempre presente no ADN do retalho e distribuição, mas que se assumiu de importância basilar nos dois últimos anos. É que a pandemia acelerou o recurso às tecnologias e à digitalização, sendo muito provável que se “saltem” etapas em todo o processo. A tecnologia 5G vai revolucionar praticamente todos os sectores e a distribuição e retalho não serão exceção. A otimização na gestão de dados, a robótica e a inteligência artificial serão conceitos que se consolidarão, assim como a materialização de ideias associadas à indústria 4.0. Os drones também podem vir a ter um papel a desempenhar, mas não se prevê que seja uma tendência que chegará, em breve, a Portugal.



Os distribuidores podem igualmente considerar a criação de uma marca própria de bens de consumo embalados, utilizando os conhecimentos existentes sobre as vendas dos produtos no mercado. A Amazon é um exemplo perfeito desse procedimento, pois utiliza as informações das vendas para construir a sua própria linha de produtos de marca a preços competitivos

Mais importante ainda, os distribuidores devem conferir maior robustez às suas estratégias de marketing omnicanal”, diz Nicole Reyhle, fundadora da RetailMinded.com. “Historicamente, falámos de omniretalho, que significa a conectividade das compras online ou em loja e a gestão de inventário em tempo real, em qualquer local.”

Sabemos que previsões e melhores práticas são a melhor forma para se preparar para o imprevisível. Uma coisa é certa, 2022 no limite, será mais um ano desafiante e a INFOS é o parceiro ideal para o ajudar neste caminho.

QUE TIPO DE SOLUÇÕES SÃO NECESSÁRIAS

COBRIR TODAS AS ÁREAS E ORIGENS DE INFORMAÇÃO INTERLIGANDO AS FERRAMENTAS

- CRM
- ERP
- GESTÃO DE ARMAZÉM
- MOBILIDADE COMERCIAL
- GESTÃO DE RH
- BUSINESS INTELLIGENCE
- SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

BENEFÍCIOS

- ✓ CONTRIBUI ATIVAMENTE PARA A TRANSFORMAÇÃO DO SEU STOCK EM RENTABILIDADE
- ✓ PROPORCIONA UM RETORNO RÁPIDO DO INVESTIMENTO
- ✓ SIMPLIFICAÇÃO DAS OPERAÇÕES LOGÍSTICAS
- ✓ DIMINUIÇÃO DO LEAD TIME, O AUMENTO DA PRODUTIVIDADE
- ✓ DIMINUIÇÃO DO CUSTO DAS OPERAÇÕES
- ✓ PRESTAÇÃO DE UM MELHOR SERVIÇO AO CLIENTE.

HIGHLIGHTS

- ✓ SOLUÇÃO DESENHADA POR PROFISSIONAIS COM SÓLIDA EXPERIÊNCIA NO SETOR DA DISTRIBUIÇÃO MODERNA
- ✓ CONTROLO DE TODAS AS VARIÁVEIS DE NEGOCIAÇÃO
- ✓ SUPORTA EM SIMULTÂNEO VÁRIOS MODELOS DE NEGÓCIO
- ✓ SOLUÇÃO INTEGRADA END-TO-END
- ✓ CONFORMIDADE COM RGPD
- ✓ ATCUD E QR CODE
- ✓ ROBUSTEZ
- ✓ CONSOLIDAÇÃO

PORQUÊ A INFOS?



Propomos partilhar consigo a nossa cultura de inovação e o nosso conhecimento único no setor da Distribuição. Descubra os nossos compromissos, o nosso conhecimento profundo deste negócio, as nossas soluções, a gestão omnicanal e um acompanhamento personalizado hoje e a longo prazo. Estamos seguros das nossas forças, solidários com os clientes e especializados no seu negócio.

O que dizem de nós



J. L. Fontes

A J.L.Fontes foi fundada em 1976 no Porto, mudou-se em 2002 para Vila Nova de Gaia para instalações mais amplas e com uma área de armazém de significativa importância.

Dedica-se à importação e comercialização de artigos oriundos maioritariamente da Ásia, tais como guarda-chuvas, calçado, utilidades domésticas, loiça, cutelaria, artigos de festa e brindes, entre outros.

Seguindo a tendência do sector, a J.L. Fontes aposta na especialização. Neste sentido, o núcleo dos negócios é orientado para os sectores de calçado e guarda-chuvas, minimizando a importância de outros sectores tais como o de brinquedos e decoração.

A internacionalização/exportação tem vindo a ganhar importância nos negócios da empresa. Espanha é o seu principal mercado de exportação

“

“Na INFOS encontramos o parceiro que necessitávamos na área informática. A competência e profissionalismo dos seus colaboradores superou as nossas melhores expectativas. Após alguns meses de trabalho conjunto ainda não fomos confrontados com o “isso não é possível de fazer” em ferramentas de gestão que consideramos úteis dentro da nossa especificidade...”

Multi e KORA representaram para nós um salto qualitativo em termos de eficiência e produtividade. Dispomos agora de fácil e intuitivo acesso a múltiplas ferramentas de gestão.”

Joaquim Fontes

Commercial Director ”

Seja o próximo caso de sucesso

Contacte-nos

marketing@infos.pt

www.infos.com.pt

FONTES

[HTTPS://WWW.EUROCOMMERCE.EU/](https://www.eurocommerce.eu/)

[HTTPS://WWW.THE-FUTURE-OF-COMMERCE.COM](https://www.the-future-of-commerce.com)

[HTTPS://WWW2.DELOITTE.COM](https://www2.deloitte.com)

[HTTPS://CLARKSTONCONSULTING.COM](https://clarkstonconsulting.com)

[HTTPS://WWW.MDM.COM/BLOG/STRATEGY/2022-DISTRIBUTION-TRENDS-OUTLOOK-OPTIMISM-WITH-A-TWIST-OF-APPREHENSION/](https://www.mdm.com/blog/strategy/2022-distribution-trends-outlook-optimism-with-a-twist-of-apprehension/)

[HTTPS://RESOURCES.EXPERFY.COM/IOT/TOP-9-LOGISTICS-INDUSTRY-TRENDS-INNOVATIONS-IN-2021/](https://resources.experfy.com/iot/top-9-logistics-industry-trends-innovations-in-2021/)

[HTTPS://RETAILMINDED.COM/](https://retailminded.com/)

[HTTPS://WWW.FORBES.COM/SITES/ANDREWBUSBY/](https://www.forbes.com/sites/andrewbusby/)

[HTTP://APED.PT/](http://aped.pt/)

[HTTPS://WWW.BPORTUGAL.PT/](https://www.bportugal.pt/)