

ÍNDICE

PREFÁCIO	7
I. INTRODUÇÃO	9
1. Motivações e objectivos	10
2. Relevância do trabalho	11
3. Esquema conceptual da obra	11
II. APRESENTAÇÃO, DEFINIÇÃO E INTEGRAÇÃO DA TEMÁTICA LOGÍSTICA NA EMPRESA	15
1. A logística. Definição e carácter intrínseco da latitude do tema	16
1.1. A logística e a análise sistemática	16
1.2. Logística <i>versus</i> distribuição física	17
1.3. O conceito de logística	17
1.4. Actividades logísticas	19
2. Logística como área funcional	24
3. Integração e Interligação da logística	26
3.1. Integração das actividades logísticas	26
3.2. Interligação da logística com as demais áreas funcionais	28
3.2.1. Logística <i>versus</i> marketing	28
3.2.2. Logística <i>versus</i> outras áreas funcionais	30
3.2.3. Sugestões no sentido da interligação	31
4. Nota-síntese	33
III. SERVIÇO AO CONSUMIDOR EM AMBIENTE LOGÍSTICO	35
1. <i>Output</i> da área logística: serviço ao consumidor	36
1.1. Considerações gerais	36
1.2. Aproximação ao retalho de bens de consumo	38
2. Elementos a considerar no serviço ao consumidor	39
2.1. Explicitação dos elementos do serviço ao consumidor	39
2.2. Aproximação ao retalho de bens de consumo	41
3. Manutenção do serviço ao consumidor no médio/longo prazo	42
3.1. Requisitos de tecnologia de informação	42
3.1.1. Estratégias correntes no <i>design</i> de sistemas logísticas de informação	43
3.1.2. Evolução dos sistemas logísticos de informação	44
3.1.3. Dificuldades de implementação	45
3.1.4. Aproximação ao retalho de bens de consumo	46
3.2. Requisitos funcionais	50
3.2.1. Qualidade	50
3.2.2. Controlo	51
3.2.3. Medidas de <i>performance</i>	52

3.2.4. <i>Just-in-time</i>	53
3.2.5. Aproximação ao retalho de bens de consumo	55
3.3. Requisitos estratégicos	56
3.4. Quadro-síntese: Requisitos para manutenção do serviço no médio/longo prazo	58
4. Nota-síntese	59
IV. RELEVÂNCIA DAS ANÁLISES DE CUSTOS PARA A DETERMINAÇÃO DA RENDIBILIDADE	61
1. Custos logísticos e serviço ao consumidor	62
2. Actividades logísticas e factores geradores de custos associados	66
3. Análises de rendibilidade	68
3.1. Análises de carácter global: rácios de gestão	68
3.1.1. Considerações gerais para o retalho de bens de consumo	68
3.1.2. Aproximação ao retalho de bens de consumo português	71
3.2. Análises por item	73
4. Custos directos logísticos	74
5. Nota-síntese	76
V. MODELO <i>DIRECT PRODUCT PROFIT</i>	79
1. Apresentação do modelo	80
1.1. Origens do modelo: a gestão por produto	80
1.2. Modelo e matriz <i>Direct Product Profit</i>	83
1.3. Requisitos empresariais para implementação do modelo	86
1.4. Comentários ao modelo <i>DPP</i>	90
2. <i>Inputs</i> necessários ao modelo <i>DPP</i>	93
3. <i>Outputs</i> obténíveis pelo modelo <i>DPP</i>	96
4. Vantagens do modelo <i>DPP</i>	98
5. Desvantagens do modelo <i>DPP</i>	101
6. Validação do modelo <i>DPP</i> pelo consumidor	103
7. A <i>Tetra Pak</i> e o modelo <i>DPP</i>	104
8. Exemplificação do modelo <i>DPP</i>	108
9. Nota-síntese	108
VI. CONCLUSÕES	111
1. Outros rumos de investigação	112
2. Perspectivas futuras para o campo logístico	112
3. Esquema-síntese da obra	113
4. Conclusões	114
ANEXO	115
BIBLIOGRAFIA	124