



SUPPLY CHAIN VIDEO SERIES – EP. 1 TRANSCRIÇÃO

Se tem uma coisa que a gente sabe é que o mundo é incerto e ele é probabilístico. A grande lição aprendida que se tem após sucessivos eventos de disrupção na cadeia é que as empresas não estavam preparadas para isso globalmente.

Hoje, a incerteza é uma constante e eventos que podem mudar o curso da história são cada vez mais frequentes.

Essa realidade exige resiliência máxima para os negócios, sobretudo para o ecossistema de Supply Chain.

Não é algo negociável. É absolutamente fundamental dentro da gestão de um negócio.

Você considera os elementos de Supply Chain desde o momento em que você adquire uma matéria-prima até que você faz o processamento dela e entrega isso ao mercado, aos seus clientes.

Então é absolutamente crítico. Se preocupar com isso é se preocupar com o seu próprio negócio.

O executivo de Supply Chain, ele era lembrado quando tinha um problema na fábrica ou quando o caminhão deixava de entregar um determinado produto.

Hoje, o executivo de Supply Chain está desenhando a coisa junto com o Top Management.

Então, hoje, o Supply Chain é fundamental tanto para o encadeamento lógico, ter materiais, ter disponibilidade e, ao mesmo tempo, para o mercado final de diferenciação para o mercado consumidor, que o CEO faz parte da diferenciação da empresa dele e da base de custos dele, ele deveria estar preocupado com isso.

Uma pesquisa da Accenture mostrou que apenas 27% dos executivos estão confiantes, no mundo, que eles têm as pessoas preparadas para entregar toda essa transformação e, também, para operar esse Supply Chain digital, esse Supply Chain do futuro.

Então, muitas vezes, você tem a centralização da tomada de decisão em um público muito seletivo.

Quando você está falando de responsabilidade, você tem que ter o time mais jovem, o time menos experiente, tomando decisão rápida.



As organizações ainda estão, em sua maioria, segmentadas por silos.

Se você trabalhar por silos, você começa a perder.

E a verdade é que é preciso mudar o modelo operacional, evoluir esse modelo operacional, influenciar comportamentos, atitudes.

Tem que ser uma mudança organizacional que tem que vir do CEO para que a história toda comece a trabalhar juntos.

Uma combinação de ações práticas, táticas, objetivas e, ao mesmo tempo, culturais.

E que os indicadores sejam do processo como um todo e não de parte a parte.

A tecnologia é a catapulta que impulsiona a criatividade na busca por soluções inovadoras.

Graças à inteligência artificial, podemos aprender mais e mais rápido a partir de múltiplos cenários projetados.

Chegamos à era dos Gêmeos Digitais.

A gente tem um cliente onde a gente começou a fazer uma série de simulações para ele de como ele poderia abastecer melhor os produtos.

Quando a gente começou a fazer um estudo de simulação, a gente identificou que existiam “N” lojas que se a gente mudasse um pouco a lógica de abastecimento, a gente reduziria a perda de vendas de 30% para 5% com o mesmo nível de estoque, somente mudando a dinâmica de abastecimento.

Agora, é importante dizer que a adoção de nuvem, a adoção de novos sistemas, sistemas de roteirização, sistemas de planejamento mais sofisticados, conseguem fazer, vamos dizer, esse balanço entre custo e diferenciação de qualidade e serviço.

A criatividade humana nunca foi tão importante.

Tem um monte de tecnologia disponível e tem um monte de problema de negócio.

Quem é capaz de, a partir de problemas de negócio, juntar quais são as tecnologias que conseguem resolver, endereçar ou criar novas oportunidades é a mente humana.

Então, tem um pedaço de criação de novas possibilidades a partir de tecnologia com a mente humana.

Copyright © 2023 Accenture Todos os direitos reservados.

Accenture e seu logo são marcas registradas da Accenture.