

FACULDADE DE RUBIATABA  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

*Associação Educativa Evangelica*  
**BIBLIOTECA**

JAMAL MOHAMAD KHIDER

**LOGÍSTICA EMPRESARIAL NA FAROL DISTRIBUIDORA**

RUBIATABA/GO.  
2014

JAMAL MOHAMAD KHIDER



Associação Educativa Evangélica  
BIBLIOTECA

## LOGÍSTICA EMPRESARIAL NA FAROL DISTRIBUIDORA

Trabalho de Curso submetido à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração. Sob a orientação do Professor Me. Francinaldo Soares de Paula.

5-0514796

Tombo n°:	20505
Classif:	
Ex:	1
Origem:	al
Data:	08-06-15

RUBIATABA/GO.

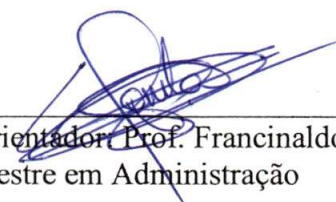
2014

JAMAL MOHAMAD KHIDER

Associação Educativa Evangélica  
BIBLIOTECA


## LOGÍSTICA EMPRESARIAL – FAROL DISTRIBUIDORA

Trabalho de Curso submetido à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER,  
como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em  
Administração.



---

Orientador Prof. Francinaldo Soares de Paula  
Mestre em Administração



---

Maura Sousa da Silva de Paula  
Mestra em Administração

---

Gilda Aparecida Nascimento  
Mestra em Educação

RUBIATABA/GO.

*Dedico primeiramente a Deus.*

*Em especial a minha esposa e meu filho, pois sem a ajuda deles não teria conseguido terminar esta etapa de minha formação.*

## AGRADECIMENTO

*Em especial a minha esposa e meu filho por entenderem as minhas ausências e dificuldades no decorrer deste curso.*

*Ao professor e amigo Me. Francinaldo Soares de Paula, pela sua orientação do decorrer da construção deste trabalho.*

*Agradeço a todos os que me ajudaram na elaboração deste trabalho.*

## RESUMO

O estudo da logística é o principal foco de pesquisa deste trabalho, visando descobrir como o armazenamento, separação e o carregamento e as entregas devem ser tratados. E para isso foi feita a pesquisa bibliográfica, este trabalho buscou atingir o objetivo proposto, através de uma pesquisa empírica, realizada na empresa Farol Distribuidora em Rubiataba- Goiás. Tendo em vista o aprimoramento das tecnologias, para que a logística na prática alcance a eficácia desejada nos processos e tornar a mesma como ferramenta essencial para todo o processo desde a compra até a finalização na entrega dos produtos para o cliente em um menor espaço de tempo e com isto a venda e a entrega sejam em um tempo curto fazendo com que o cliente não tenha rupturas e a empresa torne a sua venda consistente e contínua. Esta pesquisa teve como objetivo geral descrever como de se dá o processo da logística dentro da empresa, Partindo para o desenvolvimento da idéia vemos que a logística esta presente nos processos, pois ao receber, armazenar, separar e entregar percebe-se que há um ciclo a ser cumprido.

**Palavras-chave:** Logística Empresarial; Distribuição; Armazenagem.

## ABSTRACT

The logistics of the study is the main focus of this research work aimed at discovering such as storage, sorting and loading and deliveries should be handled. And this was done in literature, this study aimed to achieve this purpose, through an empirical survey, conducted in Lighthouse Distributor company in Rubiataba- Goiás . Given the improvement of technologies for the logistics in practice reach the desired efficiency in processes and make it an essential tool for the entire process from purchase until the completion in the delivery of products to the customer in a shorter time and thus the sale and delivery are in a short time by having the customer has not ruptures and the company make its consistent sales and continues. This research aimed to describe how to give the logistics process within the company, Leaving for the development of the idea we see that logistics is present in the processes because the receive, store, sort and deliver one realizes that there is a cycle being met.

Keywords: Business Logistics; distribution; Storage.

**LISTA DE FIGURA**

Figura 01: layout da Empresa..... 26



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	08
<b>1. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	09
1.1 LOGÍSTICA EMPRESARIAL.....	09
1.2 COMPRAS.....	12
1.3 ARMAZENAGEM.....	13
1.4 DISTRIBUIÇÃO.....	17
<b>2. METODOLOGIA</b> .....	22
2.1 TÉCNICA DA PESQUISA.....	22
2.2 MÉTODO DA PESQUISA.....	23
2.3 COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	23
<b>3. RESULTADOS E DISCURSÕES</b> .....	25
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	25
3.2 PROCESSOS LOGÍSTICOS DA EMPRESA.....	26
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
REFERÊNCIAS.....	33

## INTRODUÇÃO

No Brasil, as últimas décadas foram marcadas por mudanças no ambiente competitivo, ocasionadas principalmente pela abertura do mercado. Alguns aspectos deste processo foram particularmente relevantes para o setor varejista e seus fornecedores, tendo em vista o aumento dos investimentos externos e a maior concentração do mercado através de processos de fusão e aquisição.

A escolha do tema da presente pesquisa deve-se ao potencial que a logística pode apresentar como vantagem competitiva dentro do varejo. Onde o gerenciamento integrado das atividades logísticas proporciona eficiência, beneficiando com melhorias de qualidade, redução de custos e melhor nível de serviço aos clientes.

Diante o exposto surgiu à problemática: Como o armazenamento, separação, carregamento e as entregas estão sendo tratados na empresa Farol Distribuidora?

Esta pesquisa teve como objetivo geral descrever como se dá o processo da logística dentro da empresa Farol Distribuidora. E como objetivos específicos, identificar as deficiências no controle da movimentação dos produtos/materiais; verificar a divisão e necessidade de produtos/materiais com a codificação e categorias de acordo a recepção e saída de materiais; Melhorar o controle das compras mediante estudo de mercado e com o foco pretendido pela empresa na área que atua.

Partindo para desenvolvimento da ideia vemos que a logística está presente nos processos descritos, pois ao receber, armazenar, separar e entregar percebeu que há um ciclo a ser cumprido.

Assim, compreende-se que, não se pode comprar a esmo sem acompanhar o que foi planejado, no que diz respeito ao portfólio para atender o público pré-estabelecido sem prejudicar a demanda.

Levando em consideração que a empresa não teria a menor condição de realizar o processo logístico acontecer com eficácia, pois o tempo passa a ser um fator de extrema relevância para o posicionamento da organização no mercado, gerando vantagem competitiva. Justificando-se que na organização estudada a venda é efetuada em um dia e entregue em 24 horas, e caso aconteçam atrasos, estes trariam grandes transtornos para o processo, pois não conseguiríamos vender.

## 1. REFERENCIAL TEÓRICO

### 1.1. LOGÍSTICA EMPRESARIAL

Pode-se dizer que dentro de uma empresa torna-se necessário acompanhar de perto o armazenamento, separação e o carregamento e como entregas devem ser tratadas. Partindo para o desenvolvimento da ideia é que a logística este presente em os processos ora descritos, pois ao receber, armazenar separar e entregar tem tudo a ver, se a mesma nada seria possível sem o conceito impetrado pela logística.

Uma das ascendências da palavra logística pode ser encontrada na sua etimologia francesa, do verbo "loger", que significa alojar. A logística existe há muito tempo, e as primeiras tentativas de defini-la e explicá-la foi feita pelo Barão de Antoine Henri de Jotnini, general de Napoleão. Em seu Compêndio da Arte da Guerra, declarou que a logística é a arte prática de movimentar exércitos, ou seja, tudo ou quase tudo no campo das atividades militares, exceto o combate. O vocábulo "logistique" é derivado do posto de Marechal de Logis responsável pelas atividades administrativas relacionadas com os deslocamentos, alojamento e acompanhamento das tropas do exército francês durante o século XVII (BAZOLI, 1998).

Logística empresarial não tem o mesmo significado para todas as pessoas, inclusive para aquelas que estão ativamente engajadas no assunto. Até o momento, o campo ainda não tem um título único para identificá-lo, como fizeram os setores de marketing e produção. Uma amostra dos membros do Conselho Nacional de Administração da Distribuição Física norte-americana mostrou que a área é representada por nomes como transportes, distribuição, distribuição física, suprimento e distribuição, administração de materiais, operações e logística (BALLOU, 1993, p. 23).

Com o grande avanço tecnológico tem evidenciado a Administração de Materiais, como importante componente, tendo conhecimentos amplos e profundos sobre as atividades desenvolvidas, o que tem sido fator apreensivo das empresas. Seja ela pequena ou de grande porte, o controle de estoque deve existir, pois ele é necessário para vida de qualquer organização.

Magee (1977) descreve logística como a arte de administrar o fluxo de materiais e produtos, da fonte ao usuário. A função da administração, de estoques é justamente maximizar este efeito. O objetivo, portanto, é otimizar o investimento em estoques,

aumentando o uso eficiente dos meios internos da empresa, minimizando as necessidades de capital investido.

De acordo com Ballou (1993), a logística empresarial trata de todas as atividades de movimentação e armazenagem, que facilitam o fluxo de produtos desde o ponto de aquisição da matéria-prima até o ponto de consumo final, assim como dos fluxos de informação que colocam os produtos em movimento, com o propósito de providenciar níveis de serviço adequados aos clientes a um custo razoável, evidenciando o intuito de generalizar o conjunto de atividades que fazem parte do conceito, indo ao caminho da concepção de logística integrada.

Um conceito muito parecido propõe que a logística é o processo de gerenciar estrategicamente a aquisição, movimentação e armazenagem de materiais, peças e produtos acabados (e os fluxos de informações) através da organização e seus canais de marketing, de modo a poder maximizar a lucratividade presente e futura através do atendimento dos pedidos a baixo custo (CHRISTOPHER, 2009).

Num modo mais fácil de dizer e interpretar, a logística está ligada a distribuição e disposição de todos os produtos de uma empresa. Como são alojados, separados, entregues aos seus clientes finais, entre outras ligações.

O conceito de logística não pode ser considerado de forma alguma estático. Considerando os conceitos propostos pelos diferentes autores aqui citados, pode-se perceber que dependendo da abordagem de cada autor, fica clara a pretensão da aplicação específica destes conceitos em ambientes industriais ou não, se pretende englobar todas as atividades internas e externas da cadeia de suprimentos ou ainda, se procura integrar todos os componentes de um sistema logístico (BERTAGLIA, 2009).

A logística se enquadra na Administração de materiais, que foca na parte de organização dentro da empresa. A logística se tornou um grande assunto e de grande profundidade na área de estudos, pois ela é interessante e essencial, por auxiliar os empreendedores a se tornarem mais informados.

Administração de materiais e distribuição física integra-se para formar o que se chama hoje de logística empresarial. Muitas companhias desenvolveram novos organogramas para melhor tratar das atividades de suprimento e distribuição, frequentemente dando status de alta administração para a função, ao lado de marketing e produção. O tempo da logística empresarial esta chegando e uma nova ordem das coisas esta começando (BALLOU, 1993, p. 38).

Hoje em dia, a procura por profissionais na área de logística ou transportes, tem sido grande, e muitas vezes por empresas de grande porte. Os cargos maiores direcionam-se a parte de tráfego ou armazenagem, já os menores, são em vendas, estoques, etc.

A logística tem ligamento também na composição da Cadeia de Suprimentos (Supply Chain). O conceito de Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos — SCM ("Supply Chain Management") surgiu como uma evolução natural do conceito da logística. Enquanto a perspectiva de uma logística integrada representava a integração interna das atividades, a concepção da ideia do SCM foi sendo estruturada com o passar dos anos, inclusive pela maturidade empresarial em tratar de forma estratégica a integração interna com o ambiente externo, incluindo uma série de atividades e processos de negócios que interligam toda a cadeia, dos fornecedores até o cliente final (BERTAGLIA, 2009, p. 66).

Chegando ao estágio mais atual das discussões em torno da logística, encontra-se um cenário onde ela está presente dentro de um contexto mais amplo, denominado "Supply Chain Management". O conceito de SCM também não é unânime entre todos os autores, já, que os interesses e necessidades dos ambientes vividos por cada um deles é fator determinante para a proposição desta definição.

O conceito de Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos — SCM definido pelos membros do "The International Center for Competitive Excellence" em 1994 (LAMBERT; STOCK; VANTINE, 1998), argumentam que é a integração dos processos do negócio desde o usuário final até os fornecedores originais que proporcionam os produtos, serviços e informações que agregam valor para o cliente.

A distribuição física, que é um ramo da logística, está ligada a movimentação, estocagem e processamento de pedidos dos produtos finais da empresa. Essa ligação está direcionada as atividades primárias processo logístico.

Transporte, manutenção de estoques, processamento de pedidos. Essas atividades são consideradas primárias porque ou elas contribuem com a maior parcela do custo total da logística ou são essenciais para a coordenação e o cumprimento da tarefa logística (BALLOU, 1993, p. 24).

O transporte seria a parte mais específica da distribuição, considerada pelas empresas a atividade mais importante por diminuir consideravelmente os custos com logística.

A manutenção de estoques, geralmente grande parte das empresas a adota, pois é sempre mais vantajoso para a empresa ter um produto estocado para quando o cliente procurar estar à pronta entrega.

O processamento dos pedidos é a parte primária mesmo do processo logístico, pois é quando os clientes mostram seu interesse por determinado produto e faz sua escolha.

O processo logístico passa por um ciclo contínuo e por sua natureza ininterrupta de processos que devem ser seguidos para que a distribuição final seja efetiva. COMPRAS - ARMAZENAGEM – DISTRIBUIÇÃO

## 1.2. COMPRAS

Comprar é o conceito utilizado na indústria com a finalidade de obter materiais, componentes, acessórios ou serviços. É o processo de aquisição que também inclui a seleção dos fornecedores, os contratos de negociação e as decisões que envolvem compras locais ou centrais (BERTAGLIA, 2009, p. 27).

O departamento de compras tem a responsabilidade principal de localizar fontes adequadas de suprimentos e negociar preços. Mas os outros departamentos são podem auxiliar o departamento de compras, por exemplo, o insumo que é vindo dos outros departamentos, é necessário para a busca e a avaliação das fontes de suprimento, auxiliando na negociação dos preços.

A parte das compras, ou seja, da aquisição, compreende a elaboração, colocação de um pedido de compra com um fornecedor já selecionado e a monitoração continua desse pedido a fim de evitar atrasos no processo. A gestão de compras não se limita ao ato de comprar e monitorar. É um processo estratégico, que envolve custo, qualidade e velocidade de resposta. É uma tarefa crucial para a organização, seja de que tipo for: manufatura, distribuição, varejo ou atacado (BERTAGLIA, 2009, p. 27).

Segundo Arnold (1999, p. 209-212), o processo de compras possui o seguinte ciclo:

- a) Receber e analisar as requisições de compra: a requisição de compra tem início com o departamento ou a pessoa que será o usuário final.
- b) Selecionar fornecedores: Encontrar fornecedores potenciais, emitir solicitações para cotações, receber e analisar cotações, selecionar o fornecedor certo: identificar e selecionar fornecedores são importantes responsabilidades do departamento de compras. Para itens rotineiros ou para aqueles que nunca foram comprados antes, deve-se manter uma lista de fornecedores aprovados. Para itens maiores, é geralmente desejável emitir uma solicitação de cotação. Trata-se de um requerimento por escrito que é enviado a um número suficiente de fornecedores para garantir que cotações competitivas e confiáveis sejam recebidas. Não se trata de um pedido de venda.

- c) Determinar o preço correto: essa é uma responsabilidade do departamento de compras, intimamente ligada à seleção dos fornecedores, ele também é responsável por negociar o preço.
- d) Emitir pedidos de compra: ordem de compra é uma oferta legal de compra. Uma vez aceita pelo fornecedor, ela se torna um contrato legal para entrega das mercadorias de acordo com os termos e condições especificados no contrato de compra.
- e) Fazer um acompanhamento para garantir que os prazos de entrega sejam cumpridos: o fornecedor é responsável pela entrega pontual dos itens pedidos. O departamento de compras deve garantir que os fornecedores realmente entreguem pontualmente. Se houver dúvida quanto ao cumprimento dos prazos de entrega, o departamento de compras deve descobrir isso a tempo de tomar medidas corretivas.
- f) Receber e aceitar as mercadorias: quando as mercadorias são recebidas, o departamento de recepção às inspeciona para garantir que foram enviados os itens corretos, na quantidade certa e que não foram danificadas no transporte. Usando uma cópia do pedido de compra, o departamento de recepção aceita as mercadorias e escreve um recibo, observando qualquer variação. Se o pedido é considerado completo, o departamento de recepção fecha a cópia do pedido de compra e avisa o departamento de compras. Se não estiver completo, o pedido de compra é mantido aberto, esperando para ser completado.
- g) Aprovar a fatura para pagamento do fornecedor: quando é recebida a fatura do fornecedor, há três informações que devem concordar: o pedido de compra, o relatório de recebimento e a fatura. Os itens e as quantidades devem ser os mesmos em todos os documentos; os preços e suas extensões devem ser os mesmos no pedido de compra e na fatura. Uma vez aprovada, a fatura é enviada ao departamento de contas a pagar.

### 1.3. ARMAZENAGEM (ESTOQUES)

Pode-se dizer que a administração de materiais é um ato de balanceamento. O objetivo é tornar possível entregar o que os clientes querem, quando e onde eles querem e fazê-lo a um custo mínimo.

Os estoques têm a função de funcionar como reguladores do fluxo de negócios, uma vez que a velocidade com que as mercadorias são recebidas é usualmente diferente da velocidade com que são utilizadas (MARTINS; ALT, 2003).

Segundo Martins e Alt (2003), atualmente as empresas procuram de alguma forma, a obtenção de uma vantagem competitiva em relação a seus concorrentes, e a oportunidade de atendê-los prontamente, no momento e na quantidade desejada, é geralmente facilitada com a administração eficaz dos estoques.

Conseqüentemente, as empresas usam estoques para melhorar a coordenação da oferta/procura e para reduzir os custos totais. Portanto, Ballou (1993) afirma que a estocagem transforma-se em uma conveniência econômica mais do que em uma necessidade, uma vez que os custos totais são justificados na compensação com custos de transporte e de compra.

Os estoques são suprimentos que uma empresa mantém, seja para vender ou para fornecer insumos para o processo de produção. Todas as empresas precisam manter estoques.

O gerenciamento de estoques está diretamente relacionado com a previsão de demanda. Christopher (2009) comenta que as decisões que envolvem estoques são de alto risco e de alto impacto. Sem um estoque adequado, por exemplo, a atividade de marketing poderá detectar perdas de vendas e declínio da satisfação dos clientes. O mesmo acontece com o planejamento de estoques na produção, onde faltas de matérias-primas podem parar linhas de produção ou alterar programações da produção, por sua vez, aumentam os custos e a possibilidade de falta de produto acabado.

Uma das principais preocupações das empresas que lidam com a produção e /ou circulação de produtos refere-se ao controle de estoque, tal preocupação consiste em ter um estoque organizado, com a quantidade necessária e sem exagero e perigo de faltar determinado produto.

A armazenagem pode ser encarada como um custo direto adicional do canal de suprimentos e distribuição. Esta despesa pode ser justificada pelas economias indiretas de custos obtidas. Entretanto, a estocagem pode ser eliminada ou reduzida drasticamente pelo uso do conceito Just in time, que deveria sempre ser explorado como alternativa à armazenagem.

#### a) Características do armazém

- Cobertos, fechados, secos, isentos de infiltração de água e ventilados;
- Iluminados (luz natural/artificial) de forma que evite a exposição do produto a raios ultravioletas, conforme instrução para a qualidade da engenharia de materiais;
- Construídos com piso plano e pavimentado, que deve ser mantido limpo nas áreas de movimentação de estoque;
- Isentos de fontes de calor (como tubulações com radiação de calor) em contato com o produto;
- Isentos de fonte de ozônio (motores elétricos com funcionamento contínuo, baterias em fase de carregamento, etc.) em contato com o produto. No caso de soldas, deve-se operar a uma distância mínima de 5 metros dos produtos, protegendo-os com plástico preto.

#### b) Acondicionamento



Para cada tipo de produto existem as peculiaridades e necessidades requeridas para o acondicionamento deste. Por exemplo, em uma indústria pneumática, existem algumas recomendações para o acondicionamento dos pneus a fim de evitar as alterações em suas propriedades físicas, as quais podem inviabilizar sua comercialização (BALLOU, 1993)

- Armazenagem dos pneus na posição vertical
- Em prateleiras construídas com armações metálicas ou de madeira.
- Evitar fortes atritos com suportes para não causar deformações;
- Nos pneus sem câmara, a armazenagem na posição vertical evitará eventuais deformações que possam prejudicar a operação de montagem e enchimento, garantindo o perfeito assentamento dos talões nas falanges do aro.
- Não havendo condições de deixá-los em pé, podem ser empilhados, respeitando o limite permitido de quantidade de pneus.
- Se permanecerem estocados por um período maior, a ordem da pilha deve ser invertida constantemente.
- Os equipamentos utilizados (prateleiras, bancais, racks, paletes, gaiolas, caixas de madeira, etc.) devem estar sempre limpos, isentos de óleo, graxa, solventes, ferrugem, etc.) Ou seja, em condições operacionais de uso.

#### c) Cuidados gerais da armazenagem

Prejuízos maiores à empresa podem ser evitados se tornados práticos alguns cuidados referentes à armazenagem. Além daqueles com aspectos físicos citados nas características, deve-se enfatizar (BALLOU, 1993).

- Confiabilidade de estoques (Físicos X contábeis) que devem ser assegurados a fim de evitar: Faturamentos indevidos com consequência de insatisfação dos clientes e vencimentos dos prazos de validade.
- A rotatividade dos produtos nos armazéns deve ser assegurada, para evitar que seus tempos de armazenagem não ultrapassem os limites máximos permitidos. Para isso deve-se: Manter controle sobre os períodos de produção de todos os produtos e expedi-los de acordo com a sequência cronológica de produção.

Os produtos que não forem comercializados durante o período permitido, devem ser segregados dos estoques normais em área reservada às não conformidades.

### 1.3.1. Equipamentos de armazenagem de materiais

#### a) Ocupação e serviço

Com a armazenagem, cria-se a necessidade da ocupação volumétrica e de acessibilidade a todos os itens armazenados. Devemos lembrar que ao maximizar-se a ocupação volumétrica, faz-se concessão à acessibilidade. Quando optamos por um armazém que tenha todos os itens acessíveis, estamos sobrepondo a função de armazenamento à função de se prestar algum serviço ao cliente. Ou seja, a ocupação volumétrica para a acessibilidade de 100% poderá se situar em 25%, portanto, 75% do volume do armazém estão desocupados e com isso o custo do armazenamento é mais elevado (BALLOU, 1993).

Assim, o custo elevado pela disponibilidade plena é justificado pelo serviço prestado ao cliente. Um exemplo é uma loja que trabalha com pronta entrega, que precisa ter seu estoque com acesso pleno, para que se encontre o produto facilmente, e o cliente não espere muito no balcão.

#### b) Armazenamento em bloco

A armazenagem em bloco e com baixa acessibilidade somente poderá ocupar o volume do armazém até o limite do empilhamento das Unimovs, como, por exemplo, 1+3: uma Unimov de base e três Unimovs em cima dela. Os produtos em contato com a superfície da Unimov de base vão estar submetidos a esforços consideráveis (BALLOU, 1993).

#### **Conceitos importantes:**

**Unimovs:** Unidade de Movimentação. Conceito de unitização de cargas em Embalagens que serão movimentadas como se fosse uma única unidade.

**Unitização:** Ato de unir vários volumes pequenos, em um recipiente (embalagem) maior, com o intuito de facilitar a sua movimentação. Trata-se da conversão de diversas unidades de carga fracionada numa única unidade (consolidação), para fins de movimentação e armazenagem. Ver paletização.

#### c) Cargas unitizadas

Unitização de cargas é a arrumação de pequenos volumes em unidades maiores padronizadas, para que possam ser mecanicamente movimentadas. Os principais tipos de cargas unitizadas são (BALLOU, 1993).

- Paletização: cargas arranjadas em paletes;
- Conteinirização: cargas arranjadas em contêiners;
- Cintamento ou preligamento: Cargas unidas por cintas ou ligas;
- Roll-on/Roll-off: Cargas arranjadas em plataformas rodantes.

Vantagens da carga unitizada:

- Permite a movimentação de cargas maiores;
- Reduz o tempo de carga e descarga;
- Reduz o custo de movimentação e armazenamento dos materiais;
- Permite maior ocupação volumétrica nos armazéns;
- Melhora a organização;
- Facilita a localização de itens estocados;
- Facilita o inventário dos materiais;
- Reduz a probabilidade de danos nos materiais estocados;
- Dificulta o furto de materiais estocados.

Desvantagens da carga unitizada:

- Exige equipamentos de movimentação e armazenamento;
- Reduz a ocupação volumétrica em veículos de transporte;
- Dificulta a inspeção aleatória;
- Elevação de custo em virtude do retorno dos elementos unitizadores.

#### 1.4. DISTRIBUIÇÃO

A distribuição está relacionada normalmente ao movimento de material, ou seja, de um ponto de produção ou armazenagem até o cliente. As atividades abrangem as funções de gestão e controle de estoque, manuseio de materiais ou produtos acabados, transporte, armazenagem, administração de pedidos, análise de locais e redes de distribuição, entre outras.

A distribuição física é o transporte dos materiais a partir do produtor até o consumidor. É responsabilidade da área de distribuição, que faz parte de uma administração integrada de materiais ou sistema logístico (ARNOLD, 1999, p. 375)

O caminho pelo qual os produtos passam por centros de distribuição, atacadistas e varejistas é denominado canal de distribuição.

Um canal de distribuição corresponde a uma ou mais empresas ou indivíduos que participam do fluxo de produtos e/ou serviços desde o produtor até o cliente ou usuário final. Na realidade, existem dois canais envolvidos. O canal de transação

relaciona-se à transferência de propriedade. Sua função é negociar, vender e contratar. O canal de distribuição está relacionado com a transparência ou entrega de produtos ou serviços. O mesmo intermediário pode desempenhar as duas funções, mas não necessariamente (ARNOLD, 1999, p. 376).

Ao contrário do transporte, que ocorre em locais e tempos diferentes, a armazenagem ocorre em algumas localidades fixas, podemos chamá-las de armazém, depósito ou central de distribuição. Portanto, os custos destas atividades estão intimamente associados à seleção destes locais. Os custos derivados da armazenagem e manuseio de mercadorias podem absorver de 12 a 40% das despesas logísticas de uma firma.

Uma mecanização das diversas unidades de trabalho, equipamentos modernos, sistema de movimentação eficiente e manutenção dos níveis de custos são fatores que modificarão o andamento do produto. Porém, são as condições de trabalho que determinam as possibilidades reais de melhorias, e estas servem de base para a escolha do sistema de armazenagem de cargas e da operação do almoxarifado. Ou seja, não basta possuir um capital e um sistema moderno para estocagem, se as necessidades e peculiaridades do referido produto não forem atendidas.

A classificação de materiais visa à identificação, codificação e catalogação de todos os itens de material da empresa atuante. Portanto, como uma função meio destinada ao apoio das demais atividades de suprimento.

O sistema de classificação é primordial para qualquer área de material, pois, sem ele, não pode existir um planejamento eficiente de estoques, aquisições corretas de material e procedimentos adequados nas atividades de armazenamento.

A classificação não deve gerar confusões, ou seja, um produto não pode ser classificado de modo que seja confundido com outro, mesmo sendo semelhante. Deve haver um material para cada código, e somente um; deve haver um código para cada material e somente um.

Em organizações que administram mais de uma empresa, na  *Holding* essa classificação é ainda mais rígida, pois é necessário classificar o material para qual setor ele está sendo destinado, qual a área, e qual empresa que vai pagar por ele, se for utilizado por mais de uma empresa é necessário fazer o rateio das despesas, como por exemplo, serviços terceirizados (contábeis, limpeza, entre outros). Enquanto nas outras empresas são feitas as classificações somente qual o setor e área, pois de todo jeito é a empresa que pagará por todos os materiais.

#### a) Codificação de normalização de materiais

Compreende a apropriação de códigos numéricos para itens de suprimento, agrupados ou individualizados e sob as seguintes denominações: Código de grupo, Código do Subgrupo, Código de Identificação, Código de Estoque.

Representação dos dados de identificação dos itens de suprimento por meio de códigos numéricos de composição estruturada.

A normalização de materiais se dá em relação a problemas existentes ou potenciais, disposições destinadas à utilização comum e repetitiva com vista à obtenção do grau ótimo de ordem, em um dado contexto.

#### b) Fluxo de materiais e controles analíticos

Para que haja produção de produtos/serviços, existe sempre a necessidade de se processar matérias-primas que serão transformadas em produtos acabados ou serviços prestados ao longo do processo produtivo. Normalmente, a produção que ocorre nas empresas secundárias constitui a transformação de materiais e de matérias-primas em produtos acabados.

Os materiais e matérias primas serão chamados simplesmente de materiais. Assim, toda vez que nos referirmos a materiais estaremos cobrindo toda a enorme gama de matérias-primas e de materiais que possam ingressar como insumos de qualquer processo produtivo.

Tanto nas empresas primárias como nas secundárias e terciárias o problema de administrar materiais é sempre crucial. Sejam fabricantes ou distribuidores, atacadistas ou varejistas, as empresas estão constantemente às voltas com problemas relacionados com a localização, obtenção, utilização e movimentação de materiais para garantir as suas operações. Os materiais não ficam — e nem devem ficar — estáticos ou parados nas empresas, ou seja, com estoques muito altos. Eles seguem um movimento incessante que vai desde o recebimento do fornecedor, passando pelas diversas etapas do processo produtivo, até chegarem ao depósito de produtos acabados. Os materiais entram na empresa, fluem e transitam por meio dela e saem pelo depósito como produtos acabados com destino à clientela. A essa movimentação incessante dá-se o nome de fluxo de materiais. Todo processo produtivo envolve um fluxo constante de materiais. Quase sempre o fluxo envolve algumas paradas ou passa por alguns gargalos de produção, nos quais o material fica estacionado

durante muito tempo. Gargalo de produção é o ponto em que a produção é mais demorada, fazendo com que o material fique parado por mais tempo (BALLOU, 1993).

À medida que caminham pelo processo produtivo, os materiais recebem acréscimos, transformações, adaptações, reduções, alterações etc. que vão mudando progressivamente suas características. Passam a serem materiais em processamento em vias ou em trânsito de uma seção para outra, depois materiais semiacabados (estocados após algumas operações para serem transformados em um ou mais produtos) e materiais acabados ou componentes com peças isoladas ou submontagens para então se completarem como produtos acabados. Assim, do almoxarifado de materiais até chegar ao depósito, como produtos acabados os materiais sofrem várias e sucessivas modificações ao longo do processo produtivo (BALLOU, 1993).

Em algumas empresas, o fluxo de materiais é rápido e simples, enquanto em outras é demorado e complicado. Mas cada empresa tem o seu próprio fluxo de materiais, uma vez que ele depende do produto/serviço, do sistema de produção utilizado e do processo produtivo.

A distribuição física é o transporte dos materiais a partir do produtor até o consumidor. Esse transporte é dividido em duas funções: suprimento físico (transporte e o armazenamento dos produtos que vêm dos fornecedores para a produção) e distribuição física (transporte e o armazenamento de produtos acabados desde o final da produção até o cliente). O caminho particular pelo qual os produtos passam é denominado de canal de distribuição (BALLOU, 1993).

### c) Canais de Distribuição

Um canal de distribuição corresponde a uma ou mais empresas ou indivíduos que participam do fluxo de produtos e/ou serviços desde o produtor até o usuário final. Essas empresas ou indivíduos recebem o nome de intermediários (atacadistas empresas transportadoras).

Existem dois canais envolvidos: o de transação que se relaciona com a transferência de propriedade, tendo como função negociar, vender e contratar, e o de distribuição, relacionado com a transferência ou entrega de produtos ou serviços.

O modo específico pelo qual os materiais são transportados depende de vários fatores, como por exemplo: os canais de distribuição que a empresa utiliza os tipos de mercados atendidos, as características do produto, o tipo de transporte disponível para levar o material.

Um sistema é um conjunto de componentes ou atividades que interagem entre si. Nesse sistema existem seis atividades inter-relacionadas que afetam o atendimento aos clientes e os custos acarretados por esse atendimento (BALLOU, 1993).

1. Transporte: envolve vários métodos de movimentar os produtos fora das dependências da firma, geralmente corresponde de 30% a 60% dos custos de distribuição;
2. Estoque de Distribuição: inclui todo o estoque de produtos acabados que estão em qualquer ponto do sistema de distribuição, corresponde de 25% a 30% dos custos total de distribuição;
3. Depósitos (centros de distribuição): os depósitos são utilizados para armazenar o estoque;
4. Manuseio de Materiais: corresponde ao transporte e o armazenamento das mercadorias dentro do centro de distribuição.
5. Embalagem e Proteção: as mercadorias transportadas dentro de um centro de distribuição precisam ser embaladas, protegidas e identificadas;
6. Processamento de Pedidos e Comunicação: o processamento de pedidos inclui todas as atividades necessárias para atender aos pedidos de clientes.

## 2. METODOLOGIA

A pesquisa foi feita na empresa Farol Distribuidora na cidade de Rubiataba/Go., que teve como objetivo geral analisar a metodologia de separação e acondicionamento dos produtos e a entrega dos produtos para o cliente em um menor tempo possível.

Os procedimentos técnicos usados foram um estudo embasado na pesquisa descritiva com natureza qualitativa com estudo de caso com coleta e análise de dados realizada na empresa.

### 2.1. TÉCNICA DA PESQUISA

O universo do estudo é na Farol Distribuidora empresa do ramo de distribuição de produtos, segundo Andrade (2005) o universo é formado por todos os elementos de uma amostra.

Segundo Gil (1999, p. 45) “na pesquisa descritiva os dados serão coletados mediante uma entrevista com o empresário do ramo atacadista.

A pesquisa tem essa característica também, devido ao fato de constar informações sobre opinião dos usuários dos serviços prestados pela empresa em estudo. Sob esta óptica, a pesquisa descritiva pode ser classificada ainda como qualitativa que para Samara e Barros (2002):

Tem como característica principal compreender as relações de consumo em profundidade. Sendo-lhe atribuída a análise qualitativa das informações obtidas, esse estudo procura identificar as motivações de consumo em um aspecto realista, respondendo às questões ‘Como as pessoas comprar?’, ‘Por que compram?’, ‘Que imagem tem das marcas e dos produtos?’, ‘Que sugestões podem ser dadas para inovações/criações de novos produtos?’ e ‘Quais os valores e os preconceitos percebidos em relação a determinados produtos, serviços com segmentos de consumo?’, entre outros tópicos que podem ser investigados (SAMARA; BARROS, 2002, p. 31).

As pesquisas qualitativas são realizadas a partir de entrevistas individuais ou discussões em grupos, de sua análise verticalizada e relação ao objetivo em estudo permitem identificar pontos comuns e distintos presentes na amostra escolhida.



É apropriada para a avaliação formativa, quando se trata de melhor efetividade de um programa ou plano, ou mesmo quando é o caso da proposição de planos, ou seja, quando se trata de selecionar as metas de um programa e construir uma intervenção, mas não é adequada para avaliar resultados de programa ou planos (ROESCH, 2006, p. 154)

Sendo que nesta pesquisa foi realizada na empresa uma entrevista com um dos gerentes da organização, além disso, buscou-se informações com observação participante, que foram relatadas e descritas no trabalho.

A entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 195).

## 2.2. MÉTODO DA PESQUISA

Para a realização da pesquisa na organização procurou-se manter uma relação estreita com o estudo de caso que tem propósito de estudar mais profundamente a situação proposta.

Segundo Gil (2002, p. 54) “Estudo de Caso, consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”.

O estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que busca examinar um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto, onde se adota uma unidade de estudo e aprofunda-se para obter um desenvolvimento de hipótese que trarão suporte ao tema explorado.

De acordo com Roesch (2006):

O estudo de caso, de acordo com Yin (1991), é uma estratégia da pesquisa que busca examinar um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto. [...] Igualmente, estudos de caso diferem de método histórico, por se referirem ao presente e não ao passado (ROESCH, 2006, p. 155).

## 2.3. COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Foi feita coleta de dados com base em observações participantes que segundo Gil (1999) significa

a descoberta do universo vivido pela população, implica compreender, numa perspectiva interna, o ponto de vista dos indivíduos e dos grupos acerca das situações que vivem. Para tanto, os pesquisadores devem adotar preferencialmente técnicas qualitativas de coleta de dados e também uma atitude positiva de escuta e de empatia.

Assim, agregando interpretações de dados a todas as anotações (dados) feitas durante a pesquisa finalmente chega-se a solução do problema de pesquisa. Os dados depois de coletados foram classificados sistematicamente, em seguida feitos à análise e interpretação dos resultados.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

Mediante a entrevista feita com um dos gerentes da empresa Farol Distribuidora, foi possível conhecer todo o processo logístico existente.

- Nome da empresa: Farol Distribuidora de Alimentício Eireli Me
- Nome fantasia: Farol Distribuidora
- CNPJ: 17.576.672/0001-42
- Ramo: Atacado e varejo de bomboniere, bebidas e embalagens
- Proprietário: Amir Abdo de Paula Khider
- Nome dos Gerentes: Jamal Mohamed Khider e Vandesvalda Paula Machado
- Endereço: Av. Jatobá, centro – Rubiataba – Goiás.

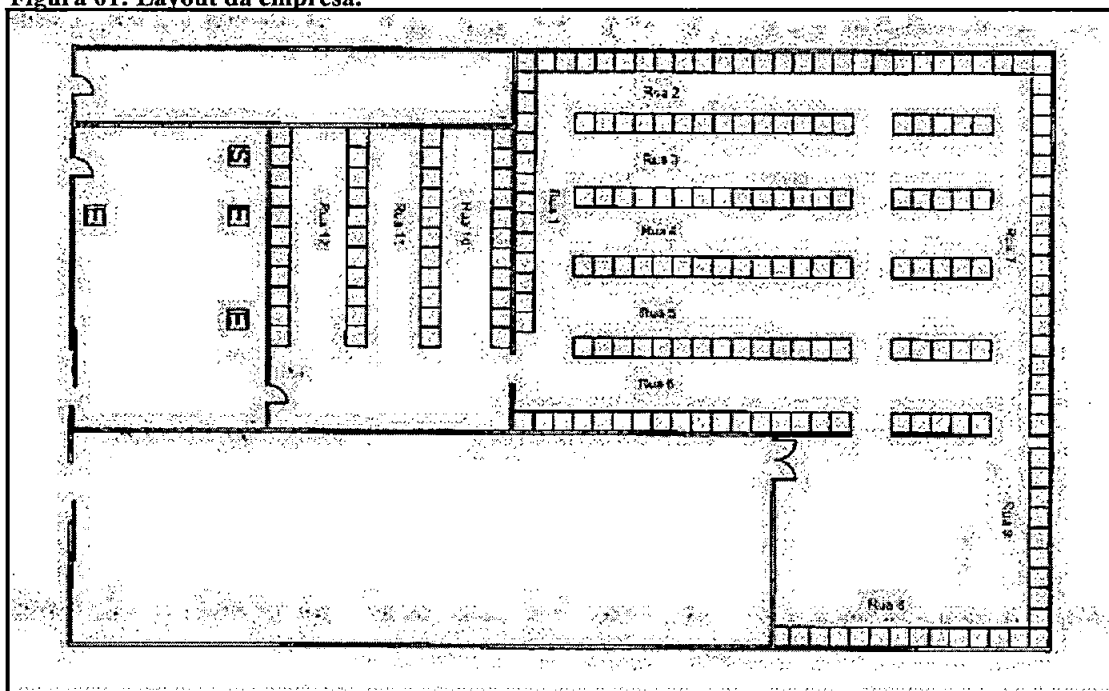
A empresa foi fundada em julho de 2013 e vislumbrado uma pesquisa de mercado pudemos diagnosticar a necessidade de abrir um espaço para atingir estes clientes alvos no negócio de bebidas, bombonieres e descartáveis. Com isto, conseguimos atender mais de 400 clientes em um raio de 70 km.

Totalmente estruturada para atender tanto no balcão como na entregar de produtos em outras cidades desenvolvendo uma distribuição rápida e eficaz, tendo como a ferramenta principal o sistema ERP Whinthor que atende aos maiores atacadistas do Brasil, mesmo sendo uma empresa pequena resolvemos investir para ter mais competitividade e rapidez na entrega.

Tem como Missão: Atender ao cliente onde ele estiver em um menor tempo possível e com uma visita altamente fidelizadora, quando o cliente sabe o dia que a empresa irá visitá-lo e o dia em que irá receber a mercadoria.

Seus principais objetivos e metas: Objetivos claros na tendência do mercado e sempre buscar excelência na venda e na escolha de produtos e tendo a logística como ponto forte na fidelidade com o cliente. Os Produtos/serviços desenvolvidos pela empresa são produtos descartáveis, alimentos, produtos para lanchonetes, bares, padarias e restaurantes.

Figura 01: Layout da empresa.



Fonte: dados da pesquisa, adaptado pelo autor, 2014.

O layout apresentado na Figura 1 representa um elemento de fundamental importância para o desenvolvimento do processo logístico da organização, pois, ali serão depositadas as mercadorias adquiridas de seus fornecedores respeitando a localização pré-estabelecida para cada produto, sendo que cada produto terá a sua localização da seguinte forma, rua e *palet* enumerados, sendo que cada produto terá o seu código de rua e número do *palet* perfazendo o local de apanha.

O processo de layoutização permite a visualização do mapa de separação, que representa localização do produto através da rua e endereço, facilitando de uma maneira ágil à separação dos produtos, pois, o funcionário através do mapa de separação, é conduzido ao encontro dos produtos, onde será feita a retirada do produto do endereço em quantidades devidas.

### 3.2 PROCESSOS LOGÍSTICOS DA EMPRESA

De acordo com as observações do pesquisador, o processo logístico na empresa é feito através de alguns passos que são seguidos pela empresa utilizando principalmente o sistema de informação. Sendo assim, de acordo com a gerência da empresa pesquisada o processo da logística é feita da seguinte forma:

### **1º passo: CADASTRAMENTO DE FORNECEDOR/CÓDIGOS FISCAIS E ENDEREÇO DE APANHA**

No primeiro, começa com o cadastro do fornecedor no sistema. Ao fazer o cadastro com um fornecedor é necessário que se tenha todos os dados da empresa, para assim cadastrar o fornecedor. Juntamente com o fornecedor, faz-se o cadastro dos produtos que serão comprados, atendendo a todas as exigências para tal procedimento; inclusive a tributação de entrada e de saída, todos os códigos fiscais de entrada e de saída e conseqüentemente o endereço de armazenagem e de apanha. Isso significa que cada produto tem no depósito uma rua onde está o endereço de apanha, onde cada endereço é único, somente dele.

### **2º passo: CADASTRO DE PEDIDO DE COMPRA**

Em seguida é feito o cadastro do pedido de compra; nele é informado o código do fornecedor, o código do comprador, o código do produto, a quantidade de produtos, os descontos comerciais, IPI e os devidos impostos, se acaso tiver, e para encerrar a gravação do pedido.

### **3º passo: RECEPÇÃO DA MERCADORIA E O ACONDICIONAMENTO**

Este se dá após a concretização da compra, e a mercadoria chega até o estabelecimento comercial. Daí em diante é feita a recepção da mercadoria, a conferência e acondicionamento dela no depósito. Quando a mercadoria chega é checada a NF-e do fornecedor com o pedido que consta no sistema. Estando tudo dentro do combinado procede a descarga, levando o produto para o endereço já estabelecido no cadastro de produto, exemplo: água sanitária estará registrada na Rua 1 endereço 10 assim o produto é estocado.

### **4º passo: ENTRADA DA NF-e LIBERAÇÃO DO PRODUTO**

Este passo é tido pura e simplesmente pelo lançamento da nota no sistema. Faz-se a entrada da mercadoria, usa-se a rotina de entrada de produto, coloca-se o número da NF-e e série, o código de fornecedor, e o sistema faz a busca automaticamente do pedido feito anteriormente com o fornecedor. Em seguida, importa-se o pedido para dentro da NF-e e todos os produtos são levados, onde o sistema pede a totalização dos tributos e dos valores com os respectivos prazos de comercialização. Neste momento fica dada a entrada no produto. Ao finalizar a entrada de produtos e colocam-se os prazos estipulados no pedido de

compra para o fornecedor É gerada, pelo sistema, a conta a pagar para o fornecedor que ao ser resgatado o pagamento será dada a baixa no título. Em seguida, o sistema emite um espelho da NF-e com os produtos, seus custos e suas quantidades e os impostos; depois se direciona para a precificação dos produtos onde calcula o preço de custo, e coloca-se o lucro pretendido e ajustando para todas as regiões os preços. Ao terminar a precificação, colocam-se os produtos para venda atualizando os preços e quantidades de estoque. E, para finalizar são liberados os produtos que chegaram para que estes constem no estoque e autorizados para venda já precificados.

### **5º passo: CADASTROS DE CLIENTES, ROTAS, PRAÇAS.**

É a venda em si, onde é cadastrada a praça de venda não importando se é cidade ou povoado ou mesmo um bairro. É cadastrada a rota, como por ex.: Ipiranga, Santo Antônio da Barra, Jardim Paulista, Plaina e Nova Glória esta é uma rota definida. Ao visitar o cliente pela primeira vez e se o mesmo manifesta o desejo de comprar, procede-se da seguinte maneira:

1. Cadastra-se o cliente com nome, endereço, completo, praça, cidade, IBGE, rota de visita, sequência de entrega, marca e ramo de negócio;
2. Inicia a venda e efetua-se o pedido;
3. Ao chegar da viagem de venda;
4. Cadastrar o cliente no sistema;
5. Cadastrar o prazo que ele pode comprar e o limite de crédito a ele estabelecido;
6. Digitar o pedido da seguinte forma: a) Código de cliente; b) Código de produto; c) Preço do produto; d) Se tiver desconto informar; e) Gravar o pedido; f) Fechar o pedido.
7. Com isto o pedido vai automaticamente para a praça e rota em que o cliente foi cadastrado no cadastro de cliente;
8. Quando termina de digitar todos os pedidos vamos à rotina de montagem de carga onde os pedidos estão separados por rota e por cidade constante na rota, damos um comando para que agrupe os pedidos e com isto o sistema monta todos os pedidos daquela rota.
9. Ao imprimir em outra rotina os produtos que sairão separados por endereço de rua e de apanha, exemplo: Rua 2 endereço 10 e soma se todos os produtos de cada mercadoria vendida em uma só linha. Ex. água sanitária está na Rua 1 endereço de apanha 10 e tem que apanhar 5 caixas vendidas para um só cliente ou para mais de um;

10. O produto é colocado na rua e em seguida faz-se a coleta e leva para o Box todos os produtos que estão na rua e conseqüentemente a conferência de todos.

#### **6º passo: FATURAMENTO E EXPEDIÇÃO**

Se houve alguma falta por motivo de avaria, recorre-se a rotina de corte. Em seguida, recorre-se ao faturamento; o sistema faz isso automaticamente, pois com a digitação dos pedidos já temos o agrupamento da carga e a informação dos pedidos para a nota fiscal e de saída; com isto o sistema envia para o Sefaz-Go a nota fiscal e ela retorna aprovada ou pendente. Se houver pendência, o sistema diz o que está errado, daí concerta-se o erro e envia novamente e quando todas estão aprovadas imprime as mesmas. Em seguida, imprime-se o romaneio da carga com os dados de todos os pedidos separados por cliente, os valores e forma de pagamento. Isto acontece no final de todo o processo, pois ao conferir os produtos, faz-se o carregamento e em seguida o faturamento, daí sim a mercadoria está pronta para sair do depósito e ser entregue.

#### **7º passo: ENTREGA**

A entrega é feita por um mecanismo que se chama sequência de entrega por praça e por cliente. Ex. Rota de Carmo do Rio Verde é composta pelas seguintes praças: Bragolandia; Goiataba; São Patrício e Carmo do Rio Verde. Ficando a sequência da entrega pela rota que fazemos para vender e entregar; tem-se no caso como exemplos 2 clientes em Bragolândia o primeiro na rota recebe primeiro e o segundo sucessivamente; Goiataba do mesmo jeito pela localização primeira de cada cliente. Ao entregar o produto para o cliente tem-se o recebimento dos valores se for à vista, ou a prazo temos o boleto bancário.

#### **8º passo: ACERTO CAIXA MOTORISTA**

Ao retornar a empresa temos em mãos o romaneio de carga com os dados de cada entrega tanto no endereço quanto nos valores e nos prazos e fazemos a anotação de toda a entrega e com isto fazemos o acerto no sistema através de uma rotina baixando as entregas que foram pagas à vista e desdobrando as que forem de boleto com isto o acerto será feito e conferido, quanto ao dinheiro vai para a conta tesouraria e os boletos vão para as contas a receber.

#### **9º passo: CONCILIAÇÃO E BAIXA BANCÁRIA DE BOLETO**

Conciliação bancária pela internet onde os boletos são pagos e quando buscamos os arquivos faz-se a conciliação bancária e o sistema baixa o boleto na conta do cliente.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema estudado foi importante para a formação acadêmica, uma vez que contribui com a ampliação e aplicação dos conhecimentos acerca do assunto. Foi também, de grande interesse para o desenvolvimento da empresa em estudo, visto que se pode elevar o nível de entendimento da organização e sobre tudo os interesses da empresa, ampliando a visão dos empresários sobre a temática, e buscar alternativas para a agilização do acondicionamento, separação e logística de entrega dos produtos para o cliente com o menor tempo para que não haja ruptura.

Sabe-se que dentro das funções de armazenagem e estocagem, o endereçamento é uma ferramenta fundamental com finalidade de estabelecer os meios necessários proporcionando facilidades para identificação imediata do endereço da guarda do material no depósito, ou seja, a localização de materiais.

A proposta da empresa ao optar pela utilização do ERP, visou reduzir problemas relacionados à falta de endereçamento específico de produtos no sistema de armazenagem e estocagem. Esse fator estava causando alguns problemas operacionais, como acumulação e mistura de produtos, atraso de separação, dificuldade na movimentação e insatisfação por parte dos funcionários e clientes. A ideia foi aplicar o arruamento do depósito, criando rua e endereço de apanha, para cada produto terá um endereço sequencial e ao digitar o pedido criará uma carga e na mesma será imprimido um mapa de separação por rua e por endereço, ficando mais fácil separar e conseqüentemente carregar as mercadorias e uma rapidez incrível para a entrega.

Os relatos do gerente da empresa demonstram que a instalação do sistema foi produtiva para os funcionários, principalmente para o controlador do estoque, pois facilitou a localização e controle físico na contagem. Outros funcionários também foram beneficiados, não precisam catar produtos no estoque e sim, olhar o cadastro de produtos na tela do computador e ver sua localização no estoque.

Constatou-se que a empresa, ao manter correto o endereçamento da mercadoria na armazenagem e estocagem evita falhas que causam transtornos ao cliente como: desconfiança pela longa demora na busca pela mercadoria e/ou insatisfação pelo atraso na entrega do produto adquirido.

Como pode-se observar, planejamento, organização e controle são peças chave na armazenagem e estocagem onde a logística tem papel fundamental, representando um

diferencial competitivo no mercado. A logística, quando bem implementada, reduz custos e eleva o nível de serviço, aumentando a qualidade da empresa.

Mediante a realização da entrevista e análise dos dados coletados, pode-se observar que os processos que hoje são realizados quando do trabalho logisticamente, ou seja, armazenamento na separação não atendem a modernização do setor, pois as entregas precisam ser mais rápidas e o acondicionamento das mercadorias no depósito e a separação serão os fatores que farão o diferencial para diminuir o tempo de entrega para o cliente; isto poderá aumentar a competitividade da empresa no seguimento de mercado.

## REFERÊNCIAS

- ARNOLD, J. R. Tony. **Administração de materiais**. São Paulo: Atlas, 1999.
- BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial: transportes administração de materiais distribuição física**. São Paulo: Atlas, 1993.
- BAZOLI, Roberto. **A definição da logística no decorrer da história**. 1998. Disponível em: <http://www.geocities.com/eureka/enterprises/5013art1.html>>. Acesso em: 18 ago. 2014.
- BERTAGLIA, Paulo Roberto. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2009.
- CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimento: criando redes que agregam valor**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2002.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 3. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 1991.
- \_\_\_\_\_. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas 2003.
- LAMBERT, Douglas M.; STOCK, James R.; VANTINE, Jose G. **Administração estratégica de logística**. São Paulo: Vantine Consultoria, 1998.
- MARTINS, Petrônio Garcia; ALT, Paulo Renato C. **Administração de materiais e recursos patrimoniais**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- MAGEE, John Francis. **Logística Industrial: análise e administração dos sistemas de suprimento e distribuição**. São Paulo: Pioneira, 1977.
- ROESCH, Sylvia Maria de Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de casos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**. 3. ed. São Pulo: Prentice Hall, 2002.
- VIANA, João José, **Administração de materiais: um enfoque prático**. São Paulo: Atlas 2002.

Revisado por

*Célia Romano do Amaral Mariano*  
Célia Romano do Amaral Mariano  
Biblioteconomista CRB/1-1528

Associação Educativa Evangélica  
BIBLIOTECA