

**CEETEPS-CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA**

**“PAULA SOUZA”**

**Etec DR. GERALDO JOSÉ RODRIGUES ALCKMIN**

**Técnico em Logística**

**Brenda Fernanda Nascimento dos Santos  
Jóice Kelly de Oliveira da Silva  
Kauane Gabrielle Cassiano de Sousa  
Rayanni Kethelyn de Oliveira da Silva**

***FAST FASHION* APLICADO AO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO**

**Taubaté - SP**

**2023**

**Brenda Fernanda Nascimento dos Santos  
Jóice Kelly de Oliveira da Silva  
Kauane Gabrielle Cassiano de Sousa  
Rayanni Kethelyn de Oliveira da Silva**

## ***FAST FASHION* APLICADO AO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO**

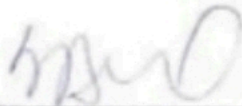
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Disciplina de Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso, ao Curso M-TEC/NOVOTEC Integrado Habilitação de Técnico em Logística da ETEC Dr. Geraldo José Rodrigues Alckmin, orientado pelo Prof. Salvador Cardoso, como requisito parcial para Formação no Ensino Médio Técnico em Logística

**Taubaté - SP**

**2023**

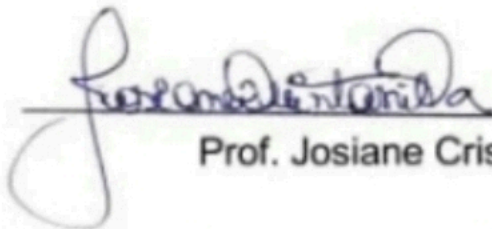
**Brenda Fernanda Nascimento dos Santos  
Jóice Kelly de Oliveira da Silva  
Kauane Gabrielle Cassiano de Sousa  
Rayanni Kethelyn de Oliveira da Silva**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado para obtenção do grau de  
Técnico em Logística, pela Banca examinadora formada por:



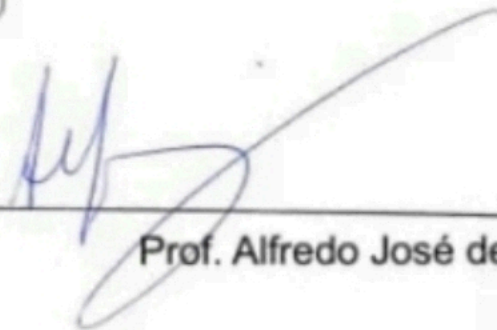
---

Prof. Salvador Cardoso - Orientador



---

Prof. Josiane Cristina Alves Quintanilha



---

Prof. Alfredo José de Nardi Bastos

**TAUBATÉ - SP**

**2023**

## DEDICATÓRIA

Nós, “os mete o lokos” dedicamos nosso trabalho a nossos esforços e dedicação, dado pela capacitação divinamente inspirada por Deus.

Dedico este trabalho a todos que foram fundamentais na minha jornada acadêmica, contribuindo de maneiras diversas para a realização deste projeto.

Aos meus pais, pela constante inspiração, apoio incondicional e pelos valores que me guiaram até aqui. À minha família, por compreender as ausências e celebrar as conquistas.

Aos meus amigos, verdadeiros pilares que tornaram os desafios mais leves e as vitórias mais significativas. Às amizades feitas durante esta jornada acadêmica, que se tornaram laços valiosos.

Este trabalho é fruto de um esforço coletivo, e a cada pessoa que de alguma forma fez parte desta jornada, deixo meu sincero agradecimento.

Que este trabalho contribua de alguma forma para o conhecimento e para o desenvolvimento da área em que se insere.

Com muito amor, BK no RJ.

## **AGRADECIMENTOS**

As alunas Brenda Fernanda, Joice Kelly, Kauane Gabrielle e Rayanni Kethelyn, gostaríamos de agradecer primeiramente à Deus, por nos ter concedido a vida. Dessa forma, conseguimos concluir nosso trabalho com honra e mérito, pois sem Ele nada seria feito ou criado.

“Fé em Deus que ele é justo”

## RESUMO

Após a terceira revolução industrial, surge o modelo de produção *Fast – fashion*, logo, esse modelo de produção torna-se um diferencial competitivo, no qual consiste na produção em larga escala e na alta rotatividade de peças, por este motivo, as peças tornam-se de baixo custo. No entanto, esse fenômeno tem alimentado o consumo desenfreado, sendo extraído até o último suspiro dos recursos naturais e dos trabalhadores, em que satisfaz somente o desejo desenfreado pelo consumo imediato. O conhecimento sobre logística *fast-fashion* abre uma nova perspectiva sobre o que é logística e como ela está inserida em todos os âmbitos da sociedade. Assim, o seu objetivo é realizar o intermédio de todo o fluxo de expedição através do seu planejamento, garantindo dessa forma o funcionamento excepcional da empresa. Então, necessita de um meio de distribuição rápido e confiável, no qual se encaixa o *Cross docking*, que tem como funcionalidade a movimentação e não a estocagem. Este estudo tem como objetivo principal detalhar o meio de distribuição mais utilizado na indústria da moda. O intuito é destacar os caminhos traçados na distribuição da *fast fashion*. A metodologia empregada nesta pesquisa é de natureza descritiva. Tal abordagem visa a uma análise minuciosa do tópico, explorando detalhadamente o conceito de logística ligada ao fast fashion, os impactos de tal e a distribuição em larga escala. Os resultados desta pesquisa revelam que a produção em larga escala, impulsionada pelo desejo de lucros e pela demanda do mercado, tem levado a uma alta rotatividade de produtos e à exploração de recursos naturais e mão de obra.

PALAVRAS-CHAVE: *Fast fashion*, distribuição, logística, impactos, método e estocagem.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Fluxo de movimentação dentro do centro de distribuição-----	14
<b>Figura 1</b> - Fluxo de movimentação dentro do centro de distribuição-----	14

## LISTA DE IMAGENS

<b>IMAGEM 1</b> - Recebimento-----	16
<b>IMAGEM 2</b> - Expedição-----	16
<b>IMAGEM 3</b> - Distribuição-----	16
<b>IMAGEM 4</b> – Impactos <i>Fast – fashion</i> -----	16
<b>IMAGEM 5</b> – Cross Docking-----	16

# SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
1.1	OBJETIVOS .....	10
1.1.1	<b>Geral</b> .....	10
1.1.2	<b>Específico</b> .....	10
1.2	JUSTIFICATIVA .....	11
1.3	METODOLOGIA .....	11
<b>2.</b>	<b>LOGÍSTICA</b> .....	<b>12</b>
2.1.1	RECEBIMENTO .....	13
2.1.2	EXPEDIÇÃO .....	14
2.1.3	DISTRIBUIÇÃO .....	16
2.2	IMPORTÂNCIA .....	17
<b>3.</b>	<b>FAST- FASHION</b> .....	<b>19</b>
3.1	IMPACTOS .....	20
3.1.1	AMBIENTAL .....	20
3.1.2	SOCIAL .....	21
3.2	FAST FASHION NO BRASIL .....	22
<b>4.</b>	<b>CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO</b> .....	<b>24</b>
4.1	<i>TRANSIT POINT</i> (PONTO DE TRÂNSITO) .....	25
4.2	<i>CROSS DOCKING</i> (CRUZANDO AS DOCAS) .....	25
4.2.1	<i>CROSS DOCKING</i> APLICADO AO <i>FAST FASHION</i> .....	26
<b>5.</b>	<b>JUST TIME</b> .....	<b>28</b>
5.1	JUST IN TIME APLICADO AO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO .....	29
5.2	JUST IN TIME APLICADO AO <i>CROSS DOCKING</i> .....	29



5.3	<i>JUST IN TIME</i> APLICADO AO FAST FASHION.....	30
6.	<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>31</b>
7.	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>32</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A distribuição rápida e eficiente é a nova tendência das empresas em que buscam atender o mercado que surge após a terceira revolução industrial, a procura de peças com qualidade, acessíveis e de baixo custo, visando também entregas rápidas que acompanham as tendências.

Esse método de produção tem como objetivo maximizar os lucros, reduzir o tempo de fabricação e com o aproveitamento suprásumo das matérias-primas e dos maquinários, é necessário tornar eficiente toda a cadeia de distribuição. Assim como no *Just in time* a rapidez e a urgência no consumo imediato de uma tendência são desejadas ao extremo, principalmente quando se trata de obter um bem atualmente tão desejado, que acarreta a aceitação da sociedade pela forma em que se é apresentado a ela.

Logo assim, essa prontidão com o mercado competitivo torna-se um diferencial, pois todos irão lançar o mesmo produto e o destaque é ser o pioneiro. As *Fast-fashions* (moda rápida) estão predispostas a liderar a indústria *fashion* (moda).

### 1.1 OBJETIVOS

#### 1.1.1 Geral

Explorar os caminhos traçados pelos fluxos de distribuição existente por trás das grandes organizações que mediam e guiam os caminhos da moda atualmente.

#### 1.1.2 Específico

- Exibir o conceito de logística;
- Destrinchar os malefícios e benefícios das *Fast- fashions*;
- Pontuar o método de distribuição mais utilizado pelas *Fast-fashions*;

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O conhecimento sobre logística *fast-fashion* abre uma nova perspectiva sobre o que é logística e como ela está inserida em todos os âmbitos da sociedade. Sob este viés, o repertório fashionista pautado sobre tal assunto leva um entendimento mais aprofundado sobre a logística no setor vestuário, que é pouco elucidado para os estudantes da área.

Porém, é necessário observar o outro lado da narrativa e entender que a *fast-fashion* tem como objetivo principal se expandir mundialmente contribuindo com o alto índice de rotatividade de peças, anteceder os processos de vendas e o *upgrade* (atualizar) contínuo das lojas. Desta forma, cria-se a necessidade de uma nova demanda de produção, fazendo com que tal busca chegue ao nível de extrair até o último suspiro dos recursos naturais e dos trabalhadores, em que satisfaz somente o desejo desenfreado pelo consumo imediato.

Portanto, faz-se necessário a importância deste conhecimento para não contribuir com tais atos maléficis.

## 1.3 METODOLOGIA

A metodologia empregada nesta pesquisa é de natureza descritiva. Tal abordagem visa a uma análise minuciosa do tópico, explorando detalhadamente a interseção entre os modelos de distribuição, consumo exacerbado e seus impactos socioambientais. A pesquisa descritiva permite aprofundar a compreensão do assunto e fornecer informações.

## 2. LOGÍSTICA

A palavra logística, de origem francesa, deriva do termo *logistique*, e sua origem é interpretada de maneira distinta por pesquisadores e historiadores. O Larousse, por exemplo, a define como a "parte da arte da guerra que visa garantir provisões, transportes, alojamento, hospitalização etc., aos feitos militares em operação". Em contraste, alguns historiadores argumentam que a palavra logística provém do antigo grego *logo*, que significa razão, cálculo, pensar e analisar (FERNANDES, 2012; p. 10).

Logística é a arte de planejar, movimentar e mapear os processos, no qual detalha cada atividade dentro do âmbito organizacional, tendo como seus objetivos atender a expectativa do cliente e movimentar com o menor custo. Para a realização das atividades logísticas a integração entre os setores é fundamental, pois a codependência entre eles é realizada por intermédio da logística, que é responsável pelo fluxo de mercadorias, serviços e informações.

De acordo com Ballou (2006):

*[...] É o processo de planejamento, implementação e controle do fluxo eficiente e economicamente eficaz de matérias-primas, estoque em processo, produtos acabados e informações relativas desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o propósito de atender às exigências dos clientes.*

O conceito de Logística começou a se desenvolver a partir da Segunda Guerra Mundial, sendo inicialmente associado aos processos de aquisição e fornecimento de materiais pelos militares americanos. Ao longo dos anos, essa ideia evoluiu para uma nova abordagem, na qual a integração de atividades como produção, armazenagem, movimentação, transporte e distribuição tornou-se central (MACHADO, 2009; p. 16).

Conforme Ching (2001), citado por Machado (2009), o gerenciamento logístico abrange uma variedade de conceitos, incluindo o fluxo de compras de matérias-primas, operações de produção e transformação, controle de materiais e processos, produtos acabados, assim como todo o gerenciamento de transportes e distribuição.

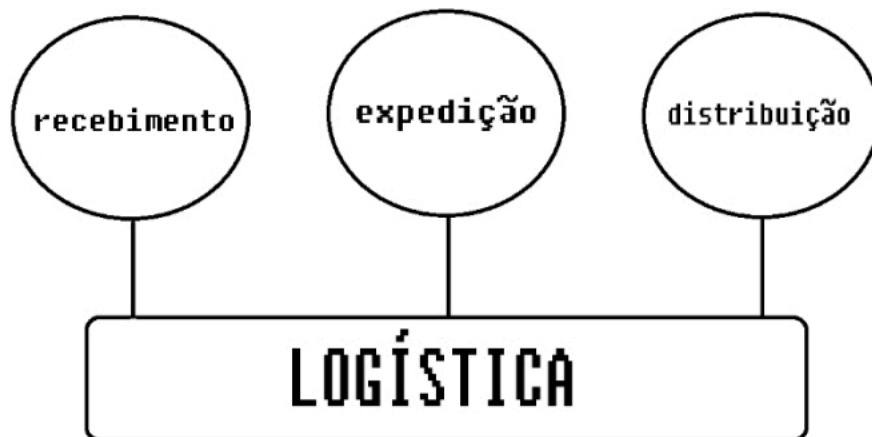
Rosa (2011; p. 16) complementa essa definição, descrevendo a logística como:

[...] *colocação do produto certo, na quantidade certa, no lugar certo, no prazo certo, com a qualidade certa, documentação adequada e custo correto. Tudo isso, de acordo com Rosa, deve ser realizado respeitando a integridade humana de empregados, fornecedores e clientes, além da preservação do meio ambiente.*

Nesse contexto, Rosa (2011) destaca que todas as atividades logísticas devem respeitar os prazos correspondentes a cada processo, os quais representam diretamente o sistema de logística. Bowersox et al. (2007), citados por Fernandes (2012), definem a logística como a responsabilidade de projetar e administrar sistemas para controlar o transporte e a localização geográfica dos estoques de materiais, produtos inacabados e produtos acabados pelo menor custo total.

Com base no fluxograma a seguir, a interligação das atividades de: movimentação, expedição e distribuição contribuem para uma melhor gestão logística dentro do Centro de Distribuição (CD).

**FIGURA 1** – Fluxo de movimentação interna dentro do centro de distribuição



Fonte: Próprio autor

### 2.1.1 RECEBIMENTO

Segundo Souza (2011), a principal finalidade do processo de recebimento é garantir que o produto entregue esteja em conformidade com as especificações indicadas no pedido de compra, abrangendo a descrição do produto, quantidade e data de entrega.

Ao efetuar a entrega, o fornecedor se torna um cliente para o setor de recebimento da empresa compradora, e, mesmo que essa relação pareça simples, é crucial tratá-la com a devida atenção que seria dispensada a qualquer cliente.

Dessa maneira, a eficiência dos procedimentos na portaria da empresa é vital para facilitar a entrada rápida de veículos, sendo essenciais para assegurar que o recebimento transcorra sem prejuízos para ambas as partes.

Portanto, ao solicitar que o veículo se dirija ao local de descarregamento, é fundamental tomar todas as precauções necessárias e seguir os procedimentos adequados.

#### **IMAGEM 1- Recebimento**



Fonte: COBERTEX, 2018.

#### **2.1.2 EXPEDIÇÃO**

Conforme indicado por Campos (2017), a finalidade da expedição é atender às solicitações das unidades administrativas, eficientemente fornecendo os materiais armazenados que foram requisitados. O objetivo é satisfazer de forma apropriada as demandas das unidades, assegurando a entrega precisa do que foi solicitado dentro

do prazo estabelecido. A expedição representa uma etapa dentro do processo de armazenagem, realizada após a venda do produto acabado e sua adequada embalagem, preparando-o para ser enviado ao cliente. Dessa forma, cabe a todos os participantes da expedição tomarem os devidos cuidados para as encomendas chegarem ao cliente final sem nenhuma avaria.

Segundo as análises de Rodrigues (1999), diversos elementos podem impactar de maneira desfavorável no funcionamento da operação de expedição. Esses impactos incluem contratempos causados por transportadoras, dificuldades na emissão da lista de separação e da nota fiscal de saída (especialmente em um contexto em que a nota fiscal eletrônica é amplamente utilizada), falta de alinhamento entre os processos de recebimento e expedição em operações de *cross docking*, e picos de demanda que não foram devidamente planejados.

As solicitações das encomendas devem ser segregadas com base na transportadora ou operadora, bem como de acordo com o cliente, uma vez que remessas enviadas simultaneamente podem abranger mais de um pedido ou destino. Apesar de, frequentemente, a responsabilidade pelo carregamento de caminhões, vagões ou qualquer outro meio de transporte recair sobre a transportadora, as empresas não estão isentas dessa obrigação e, geralmente, assumem o compromisso com a segurança da carga.

## IMAGEM 2 - Expedição



Fonte: Cargoflex Niveladores, 2023.

### 2.1.3 DISTRIBUIÇÃO

A expressão "Distribuição" tem sua origem na palavra em latim "*distributio*". Nesse contexto, a distribuição pode ser compreendida como um dos procedimentos da logística, englobando uma série de atividades relacionadas ao fluxo de mercadorias, como transporte, manutenção, armazenamento, gestão de pedidos, previsão de demanda e entregas. Sua responsabilidade abrange a administração dos materiais desde o ponto de produção até o destino final, abrangendo desde a saída do produto da linha de produção até sua entrega nas mãos do consumidor final, conforme destacado por Ballou (2006).

No âmbito logístico, a distribuição âmbito logístico compreende um conjunto de atividades relacionadas ao deslocamento de mercadorias desde a origem até o destino final, visando satisfazer as necessidades dos consumidores. Esta fase desempenha um papel fundamental na cadeia de suprimentos, exercendo impacto direto na satisfação do cliente e na eficiência operacional das organizações.

Para aprimorar a distribuição logística, são adotadas diversas estratégias. Uma abordagem comum envolve a utilização de centros de distribuição posicionados estrategicamente para possibilitar uma distribuição eficiente geograficamente. Adicionalmente, a implementação de sistemas avançados de gestão de estoque, rastreamento em tempo real e roteirização inteligente contribui para tornar a distribuição mais ágil e precisa.

Apesar dos avanços tecnológicos, desafios consideráveis persistem na distribuição logística. Atrasos em transportadoras, dificuldades na sincronização entre os processos de recebimento e expedição, além de picos de demanda imprevistos, são desafios comuns. A evolução rápida das expectativas dos consumidores com as *fast fashions* também exercem pressão sobre as empresas para proporcionar prazos de entrega cada vez mais reduzidos e um serviço de alta qualidade.

Em um ambiente empresarial com o modo de produção *fashion* e altamente competitivo, a eficácia da distribuição na logística torna-se crucial para o êxito das empresas. A integração de estratégias inovadoras, a aplicação inteligente da



tecnologia e a atenção aos desafios emergentes são essenciais para garantir uma distribuição eficiente que atenda às exigências do mercado atual. A constante evolução neste campo é vital para enfrentar os desafios dinâmicos que a logística enfrenta e proporcionar serviços de distribuição que superem as expectativas dos consumidores.

### **IMAGEM 3 - Distribuição**



Fonte: Reuters ,28/04/2021.

## **2.2 IMPORTÂNCIA**

A logística desempenha um papel central e crucial no funcionamento eficiente e competitivo das organizações no cenário empresarial atual. Vai além de simples atividades de transporte e armazenamento, sendo vital para otimizar processos, cortar custos e, acima de tudo, elevar a satisfação do cliente.

Quando gerida de forma eficaz, a logística traz ganhos significativos em eficiência operacional. A habilidade de movimentar matérias-primas, produtos acabados e mercadorias de maneira rápida e precisa resulta em cadeias de suprimentos mais eficientes. Além disso, a otimização dos processos logísticos

contribui para a redução dos custos operacionais, proporcionando uma vantagem competitiva valiosa para as empresas.

A logística desempenha um papel vital na gestão eficiente na cadeia de distribuição, coordenando a movimentação de mercadorias em âmbito nacional. Isso não apenas simplifica a expansão para novos mercados, mas também permite que as empresas capitalizem oportunidades globais de maneira ágil e eficaz.

A eficiência nos processos de distribuição e o controle de custos são garantidos pela logística, tornando-a vital para o funcionamento de qualquer organização, ao viabilizar todo ciclo de movimentação e expedição.

Sob a perspectiva de Ballou (2006):

“A logística é a engrenagem responsável pela movimentação de todas as partes que representam o comércio. Ao passo que ela atua sendo o elo de ligação entre as partes.”

A logística tem o papel de protagonismo não só dentro das empresas, mas também para economia. Segundo dados da Confederação Nacional dos Transportes (CNT) o gasto logístico no Brasil é equivalente a 12,7% do PIB (Produto Interno Bruto).

Em resumo, a logística não se limita a uma função operacional; é um componente transformador no ambiente de negócios. Sua gestão eficiente não apenas impulsiona a eficiência interna e reduz custos, mas também constrói a reputação da marca, fomenta a satisfação do cliente e facilita a expansão global. A importância da logística vai além das operações diárias, exercendo influência direta no sucesso e na sustentabilidade das empresas no cenário empresarial moderno.

### 3. **FAST- FASHION**

A moda rápida é um dos métodos, que consiste na produção rápida e distribuição contínua de peças, que surge na Europa no final da década de 70, entretanto, somente nos anos 90 surge a expressão *Fast fashion*, através da imprensa que teve o papel de difundir o uso do novo termo.

De acordo com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas):

“Fast Fashion significa moda rápida, é o termo utilizado para designar a renovação constante das peças comercializadas no varejo de moda.”

Com isso é possível obter vantagem competitiva, sendo elas, estoque baixo devido a grande rotatividade de peças, antecipação de tendências, baixo custo na fabricação e venda, renovação constante nas lojas e diminuição de riscos, por conta das etapas rápidas, e evita o encalhe de peças, a fim de deixa- lá a frente do mercado.

Assim, houve um grande investimento das redes varejistas nessa área, em que resultou no crescimento acelerado que vemos nos dias atuais. Com a globalização, as empresas são obrigadas a encontrar soluções inovadoras e tendências diversificadas para satisfazer os clientes. A competitividade que o novo mundo trouxe, em que as roupas rapidamente se tornam ultrapassados, o diferencial é o serviço ao cliente, pois atualmente não basta satisfazê-lo, é necessário encantá-lo.

Sob este viés, a frase escrita pelo filósofo John Locke (1632-1704) afirma que “A moda, em geral, nada mais é do que a ostentação da riqueza” está desatualizada, pois o que vemos atualmente é que a moda satisfaz seus clientes com roupas acessíveis e de acesso coletivo.

### 3.1 IMPACTOS

As implicações resultantes da indústria de vestuário são, de fato, contraditórias. Por um lado, observa-se um significativo progresso econômico impulsionado pelas empresas de moda, beneficiando tanto grandes quanto pequenas marcas, gerando empregos e promovendo a circulação monetária global. Além disso, há a acessibilidade de peças de vestuário para uma parcela da população mundial que não dispõe de alto poder aquisitivo para investir em produtos de grife.

Por outro lado, entretanto, surge a exploração de mão de obra barata na produção dessa indústria, frequentemente concentrada em países de economia vulnerável. Ademais, há a problemática do uso de resíduos perigosos, descarte inadequado e outros desafios ambientais e sociais. Essas questões têm ganhado visibilidade nos últimos anos devido às consequências percebidas em escala global.

#### 3.1.1 AMBIENTAL

A produção em larga escala, impulsionada pelo desejo de lucros e pela demanda do mercado, tem levado a uma alta rotatividade de produtos e à exploração de recursos naturais. No qual, afeta diretamente o ciclo orgânico dos recursos, sendo responsável pela quebra e aceleração do ciclo.

Segundo o Business of Fashion (2015), a indústria da moda é a segunda mais poluente do mundo. Esta indústria depende das mudanças e renovações periódicas das tendências e, ao fazê-lo, cria automaticamente graves problemas a nível social, cultural e ambiental (Craik, 2015).

Segundo o Greenpeace (2019) a indústria têxtil é a responsável pela emissão de aproximadamente 1,2 bilhões de toneladas de dióxido de carbono por ano.

Os principais desafios ambientais surgem ao longo da cadeia produtiva dessas empresas, abrangendo desde a fase de confecção até o descarte inadequado dos resíduos gerados durante o processo de fabricação, bem como a disposição inadequada por parte dos consumidores após a utilização das peças. Nos últimos 10 anos, observou-se um notável aumento na quantidade de roupas e tecidos descartados em aterros, conforme indicado por um relatório da Agência Francesa de Notícias Globais (AFP). Aproximadamente 59.000 toneladas de roupas chegam ao

porto do Chile anualmente, e desse total, pelo menos 39.000 toneladas são destinadas a aterros no deserto do Atacama, revelando as consequências sombrias desse modelo de negócios. Além disso, há o esgotamento de recursos naturais, que tem por finalidade apenas visar a maximização da produção de algodão para atender às crescentes demandas.

<b>IMPACTO DURANTE O CICLO DE VIDA</b>			
Quanto custa à natureza um jeans Levi's 501, durante dois anos*. Um dos maiores impactos ocorre nas mãos do consumidor.			
<b>ETAPA</b>	<b>Emissão de carbono (kg CO<sub>2</sub>)</b>	<b>Consumo de energia (megajoules)</b>	<b>Consumo de água (litros)</b>
Produção de algodão	1,7	17,7	1.704
Produção do tecido	6,6	84,9	72,1
Manufatura da peça	3	40,8	110,8
Transporte e distribuição	2,1	29,8	18,1
Uso pelo consumidor	18,6	226,6	1.575,2
Descarte	0,5	0,4	0,4
<b>TOTAL</b>	<b>32,5</b>	<b>400,2</b>	<b>3.480,6</b>

\*Um exemplar da Levi's com lavagem a pedra em tom médio, lavada uma vez por semana durante dois anos.

Fonte: Petambiental, 03/06/2019

### 3.1.2 SOCIAL

Além das consequências ambientais, este modelo de negócios também acarreta danos humanos, sendo um efeito secundário da globalização e das mudanças nos métodos de produção. Até meados dos anos 60, aproximadamente 95% das roupas adquiridas nos Estados Unidos eram fabricadas localmente, ou seja, dentro do país. No entanto, dados recentes indicam que apenas 3% são produzidos internamente atualmente, com os outros 97% sendo terceirizados para países em desenvolvimento, como Bangladesh, Indonésia e China, conforme revelado pelo documentário *"The True Cost"* em 2015.

Embora os consumidores possam adorar pagar por peças de baixo custo, a *fast fashion* tem sido criticada pelas condições insalubres com os funcionários. Como

no caso de Bangladesh, em que a estrutura do prédio desmoronou, no qual ocasionou uma manifestação de reivindicação dos direitos humanos e do trabalhador, por conta da morte de inúmeros funcionários.

Dessa forma, as empresas de moda rápida têm sua base em países que ocupam o topo da cadeia industrial da moda, ou seja, os países desenvolvidos. Elas têm autonomia financeira para determinar onde suas roupas serão fabricadas, geralmente optando por localidades nas margens do sistema internacional, onde a mão de obra é mais acessível.

#### **IMAGEM 4 – Impactos *Fast – fashion***



Fonte: Indústria Têxtil e do Vestuário - Textile Industry - Ano XVI, 2013

### **3.2 FAST FASHION NO BRASIL**

No Brasil, na década de 20, diversas marcas internacionais de *fast fashion* começaram a se estabelecer no país. O crescente desenvolvimento dessas empresas no Brasil, se dá por conta dos preços acessíveis seguindo rapidamente as últimas tendências da moda.

Segundo um artigo exploratório da PUC-Rio de Janeiro:

“A Forever 21 chegou ao Brasil em 2014 abrindo sua primeira loja em São Paulo. A espera foi tanta que consumidores chegaram no shopping antes do horário de abertura para garantir um lugar na fila. A primeira cliente a entrar chegou no shopping às 05:40 da manhã. Foi estimado presença de cerca de mil pessoas. (Duarte, 2014). No Rio de Janeiro as coisas não foram

diferentes. A primeira loja aberta na cidade, no shopping Village Mall, aumentou o movimento dos clientes do shopping em 15%.  
(Veja Rio, 2014)”

No Brasil, encontra-se marcas nacionais e internacionais que adotaram o método fast fashion. As empresas nacionais popularizaram após a entradas de marcas internacionais como *Zara* e *C&A*, que estão no país há 16 e 39 anos.

#### 4. CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO

O significativo aumento na diversidade de roupas, decorrente não apenas de lançamentos, mas também da ampla variedade de modelos e cores, juntamente com o crescente aumento das entregas diretas aos consumidores através de vendas por catálogos, internet, telefone e lojas que agora operam exclusivamente com mercadorias em mostruários, impôs novos desafios às operações de distribuição (RODRIGUES, 2007). Em resposta a esses desafios, as empresas reestruturaram suas operações de armazenagem para lidar com o aumento no volume de pedidos (resultado da maior frequência de entrega e do aumento das entregas diretas aos consumidores amantes de novas coleções), a diversificação crescente de itens (devido à proliferação de produtos) e a necessidade de atender a essas demandas em um período de tempo mais curto (resultado da redução nos prazos de entrega).

Conforme Hill (2003), os centros de distribuição têm a finalidade de movimentar produtos, não se limitando apenas ao armazenamento. Esses centros, geralmente grandes e automatizados, são planejados para receber mercadorias de diversas fábricas e fornecedores, processar eficientemente os pedidos e despachar os produtos para os consumidores de uma região específica no menor tempo possível.

Hill (2003, citado por Santos, 2011, p. 36) destaca que os principais motivos para a utilização dos centros de distribuição incluem a redução do tempo de entrega, desempenho eficiente nas entregas, localização geográfica estratégica, aprimoramento do nível de serviço, diminuição dos custos logísticos, aumento da participação no mercado e alcançar um novo patamar de competitividade. Portanto, um centro de distribuição deve ser visto como uma forma de minimizar custos, otimizar o uso de recursos e apoiar os processos de venda e pós-venda. Para alcançar esses objetivos, é necessário que o centro de distribuição apresente alto padrão de qualidade nos serviços, custos operacionais competitivos em comparação com os concorrentes e um retorno satisfatório sobre o capital investido (FARAH JR., 2002).

Em resumo, o CD é uma unidade física de armazenamento e expedição. É um espaço de localização estratégica aonde são centralizados os processos de recebimento, armazenamento, distribuição e encaminhamento de produtos para a entrega.



#### 4.1 **TRANSIT POINT (PONTO DE TRÂNSITO)**

O termo *Transit Point* é usado na logística e referente a um lugar, em que mercadorias são transferidas de um meio de transporte para outro sem a realização da armazenagem, alteração do produto ou qualquer tipo de operação fiscal.

As instalações conhecidas como *Transit Point* são caracterizadas por uma estrutura simples, demandando um investimento inicial reduzido para sua implementação. Sua gestão é simplificada, uma vez que não envolve atividades de armazenagem, as quais demandariam um alto nível de controle gerencial. Conseqüentemente, os custos de manutenção desses pontos são relativamente baixos. Os *Transit Points* compartilham características semelhantes de custos de transporte com os centros de distribuição avançados, pois possibilitam o transporte de grandes distâncias por meio de cargas consolidadas, resultando em custos de transporte mais baixos (LACERDA, 2000).

Entretanto, a operação eficiente do *Transit Point* depende da existência de um volume suficiente para viabilizar o transporte de cargas consolidadas com regularidade. Quando não há escala para realizar entregas diárias, por exemplo, podem ser necessários procedimentos como a entrega programada, onde os pedidos de uma determinada área geográfica são atendidos em dias específicos da semana.

#### 4.2 **CROSS DOCKING (CRUZANDO AS DOCAS)**

O *Cross docking* é um processo de distribuição em que produtos são recebidos em um galpão, junto com mercadorias de outros fornecedores, que são expedidos na primeira oportunidade sem uma armazenagem longa, e em veículos menores. Dessa forma, prioriza a movimentação e não a estocagem.

As instalações denominadas *Cross Docking* compartilham o mesmo formato que os *Transit Points*, mas diferem na quantidade de fornecedores envolvidos. No *Cross Docking*, vários fornecedores atendem a diversos clientes. A operação envolve a recepção de mercadorias consolidadas, a separação desses itens e a recarga dos veículos de modo que cada um siga para um destino específico.

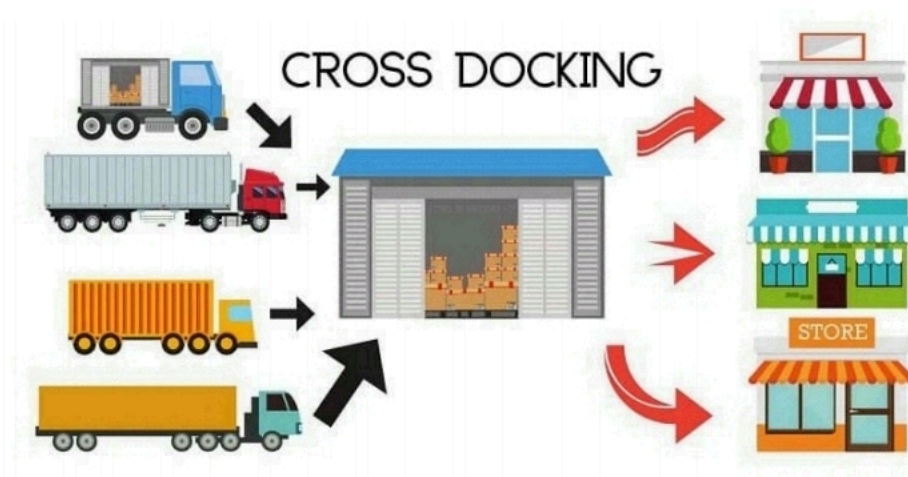
Nesse processo, as mercadorias são movidas da entrada para a saída sem ficarem armazenadas temporariamente. Essa técnica pode ser empregada para

aumentar a rotatividade do estoque, acelerar a movimentação de mercadorias nos centros de distribuição e reduzir os custos de processamento e armazenagem (LACERDA, 2000).

De acordo com Bowersox et al. (2002), essa abordagem é amplamente adotada por cadeias varejistas, especialmente para repor estoques de itens com alta rotatividade. O processo conta com diversos benefícios, sendo os primordiais: dar suporte às estratégias de *just in time* (na hora certa), reduzir a necessidade de espaço e de danos causados pela movimentação.

Para uma boa funcionalidade do *Cross docking*, é necessário escolher fornecedores qualificados e fluxos de informações claros.

**Imagem 5 - Cross Docking**



Fonte: FoxManager, 2021

#### 4.2.1 CROSS DOCKING APLICADO AO FAST FASHION

No cenário atual, a cada minuto, as roupas se tornam ultrapassadas, e os consumidores se sentem pressionados pela sociedade a obterem essas “minicoleções”. Dessa forma, o poder de compra cresceu por conta da grande rotatividade de peças devido ao lançamento de tendências semanais. Por conta disso, a *Fast-Fashion*, busca uma forma de distribuição em que as operações logísticas são mais rápidas, de menor custo e capazes de suportar estratégias de marketing de peças.

A partir disso, o modo *Cross Docking*, supre essas necessidades da *Fast Fashion*, já que ela conta com a filosofia do *just in time*, que encaixa diretamente com esta moda rápida.

Sob este cenário, é perceptível que a natureza consumista e veloz da *Fast fashion* necessita de meios mais rápidos de chegar ao cliente e satisfazer seu desejo ambicioso pelo lucro. Sabendo que o *cross docking* acelera os fluxos de mercadorias, reduz os custos por condensar cargas e dispensa em muitas vezes a armazenagem, fica evidente a necessidade da utilização deste critério de distribuição.

## 5. JUST TIME

O *Just In Time* (JIT), também conhecido como "No Tempo Certo", é uma filosofia que preconiza que nada deve ser produzido, transportado ou adquirido antes do momento adequado. Originado no Japão na década de 70, sua ideia fundamental foi desenvolvida na *Toyota Motor Company* pelo Sr. Taiichi Ono. Essa abordagem foi concebida para combater atividades que consomem recursos sem agregar valor ao produto. Segundo o site *Sankhya*, é :

“Considerada a filosofia, em que a empresa trabalha com os processos de compras no tempo certo. Dessa forma é possível possuir mais eficiência no trabalho e principalmente, evitar gastos e desperdícios”

Embora alguns atribuam o sucesso do JIT às características culturais específicas do povo japonês, cada vez mais gestores e administradores estão convencidos de que essa filosofia é composta por práticas gerenciais aplicáveis em organizações em todo o mundo. No que diz respeito às organizações, Lima et al, citados por Tamayo (2006), afirmam que:

“Os valores, com as crenças compartilhadas, as normas, os símbolos e os rituais constituem os elementos da cultura de uma sociedade ou empresa. Desta forma a cultura organizacional consiste de elementos compartilhados que constituem os padrões para perceber, pensar, agir e comunicar.”

A implementação eficaz do sistema JIT resulta em maiores lucros e um retorno mais positivo sobre o investimento da empresa. Isso ocorre devido à redução de custos, à diminuição de estoques e à melhoria na qualidade. Ao abordar o processo JIT, Laugeni e Martins (2002, p. 306) também destacam que:

[...] O sistema JIT levanta problemas que são analisados através das técnicas de melhoria/solução de problemas. No processo de procura das soluções, todos os colaboradores devem ser envolvidos, independentemente de seu nível hierárquico. Esse processo não tem fim. A empresa deve melhorá-lo sempre. É a melhoria contínua, ou Kaizen.

O principal objetivo do JIT é a redução de custos e dos desperdícios causados pelas grandes organizações ao longo dos séculos, aprimorar a eficiência na linha de distribuição, buscando distribuir produtos a um custo mínimo e da forma mais rápida possível. Através deste método, é possível obter uma maior satisfação na entrega de produtos e agregar valor à experiência de compra do cliente.

Sob esta análise, as grandes empresas usam deste modelo como um diferencial competitivo, buscando entregar seus produtos no momento exato ou até mesmo antes do esperado, que aumenta a expectativa e agrada seus clientes.

## **5.1 JUST IN TIME APLICADO AO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO**

O *just time* e o centro de distribuição construíram uma aliança de confiabilidade e funcionabilidade ao longo dos anos, fazendo com que a agilidade e a eficiência se tornem essenciais em todo o processo. Dessa forma, é notável a aplicação do *just in time* nos processos logísticos de distribuição. Cria-se um elo entre as partes, sendo elas o fornecedor, o centro de distribuição e o cliente final. Essa abordagem visa um planejamento rigoroso entre os elos coordenados pela logística, somente assim, a satisfação do cliente será alcançada.

## **5.2 JUST IN TIME APLICADO AO CROSS DOCKING**

Implementado pela *Toyota Motors*, o *just in time* é o modelo de eficiência que inspirou a criação e desenvolvimento do sistema *cross docking*. Ambos têm como objetivo reduzir os desperdícios sem alterar a qualidade do produto e otimizar a cadeia de suprimentos. Desta forma, o trabalho em conjunto realizado, ganha uma maior eficiência na entrada e saída do produto.

Antes da união do *Cross docking* e do JIT, o método de distribuição era um processo mais custoso. Após a implementação do JIT, a expedição tornou-se mais rápida. Deste modo, os pacotes de roupas, recebidos de diferentes fornecedores, são descarregados diretamente da entrada para a expedição, com pouco ou nenhum armazenamento, sendo afetado diretamente na rapidez de envio e na superação de expectativas do cliente. Assim sendo, as colaborações dos dois métodos são fundamentais no processo de expedição e recebimento.

### **5.3 JUST IN TIME APLICADO AO FAST FASHION**

O *Just in time* influenciou o surgimento da *Fast Fashion*, uma vez que a distribuição rápida e em grande escala atende à demanda imediata do mercado.

A relação entre as duas é clara: ambos os modelos têm o intuito de agir com rapidez e eficiência, mas a *Fast Fashion* leva esses conceitos ao extremo, com coleções que mudam semanalmente e preços tão baixos que incentivam o consumo desenfreado. Além disso, o *Just in Time* também permitiu que as empresas de moda reduzissem o tempo entre o design, a chegada das peças às lojas e o envio ao cliente final. Portanto, eles se complementam e se fortalecem mutuamente, transformando a indústria da moda em um ciclo de distribuição incessante.

## 6. CONCLUSÃO

A produção em larga escala e o consumo desenfreado têm uma ligação estratégica nomeada *Fast-fashion*. Este estilo de produção assim como qualquer outro, gera embates significativos no corpo social e ambiental. Dessa maneira, a conscientização tanto das empresas, quanto dos consumidores é essencial para romper esse ciclo destrutivo que se dá por conta da imposição da sociedade e dos malefícios causados pelas empresas à natureza.

Logo, a moda rápida tem como objetivo, sendo também um diferencial competitivo, produzir desejo por roupas baratas e de fácil acesso para todos seus consumidores, visando a alta lucratividade e investindo em um método de distribuição rápido e eficaz. Dessa forma, a distribuição *Cross docking* possui um elo com o *Just in time*, que juntos fazem a expedição das peças de roupas se tornar um processo mais rápido com pouco ou nenhum armazenamento, colaborando para uma boa esquematização funcional.

Sob esta análise, a logística veio como uma “flecha ao alvo” no quesito prontidão e assertividade, fazendo com que a necessidade de uma entrega rápida se torne não apenas um planejamento idealizado, mas uma concretização em forma de fidelização do cliente.

## 7. REFERÊNCIAS

ABREU, Bianca. O direito internacional do ambiente e a indústria têxtil: o Papel do direito em busca de soluções equitativas e sustentáveis para o modelo fast fashion de produção. Coimbra, 2023

ANGUELOV, Nikolay. The Dirty Side of the Garment Industry: Fast Fashion and Its Negative Impact on Environment and Society. [s.l.]: CRC Press, 2023

DIGITEXTIL. **O que é fast fashion?** Digitextil - Blog de moda, 2023.

ECYCLE. **Fast fashion: o que é, como funciona e seus impactos.** Ecycle - Portal de sustentabilidade, 2023

Esteves, Thainy. **Caso 5\_Leitura 2.pdf.** Universidade de São Paulo, 2023.

FORBES ESG. **Indústria da moda aposta em produtos com menos impacto ao meio ambiente.** Forbes Brasil, 2022.

GTPAUTOMATION. **Vantagens de usar soluções cross-docking vs armazenamento.** GTP AUTOMATION, 2023

ILOS. **A operação de cross-docking.** Ilos - Soluções Logísticas, 2023

LOGWEB. **LOG Fashion inicia atuação em segmento que cresce a cada dia.** Logweb - Notícias e informações sobre logística para o seu dia, 2023.

OSUCATEIRO. **O que significa Just in Time: conheça esse modelo de produção.** Blog OSucateiro. 2023

POLITIZE. **Slow fashion: o que é e como praticar?** Politize - Portal de educação política, 2023

RANGEL. **Logística da moda: principais desafios.** Rangel, 2023.

SEBRAE. **Fast fashion ganha destaque no varejo de moda.** Sebrae, 2023

VOITTO. **Just in Time: conheça suas 9 características deste sistema!** Blog Voitto. 10 nov. 2023