

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO  
TECNOLÓGICA PAULA SOUZA  
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE DIADEMA**

***A GESTÃO DA DISTRIBUIÇÃO EM LOJAS DE  
ELETROELETRÔNICOS DA REGIÃO ABCD***

**TÉCNICO EM LOGÍSTICA**

DIADEMA

2013

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO  
TECNOLÓGICA PAULA SOUZA  
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE DIADEMA**

**ADRIEL ROSARIO**

**JULIANA COSTA**

**MAYARA NUNES**

**WALASSE SANTOS**

***A GESTÃO DA DISTRIBUIÇÃO EM LOJAS DE  
ELETROELETRÔNICOS DA REGIÃO ABCD***

Trabalho de aproveitamento do curso Técnico de Nível Médio de Técnico em Logística sob a orientação do Prof. Leonardo Fabris Lugoboni.

DIADEMA

2013

# Sumário

## **1. INTRODUÇÃO8**

1.2 Objetivo9

1.3. Justificativa9

## **2. REFERENCIAL TEORICO10**

### **2.1. DISTRIBUIÇÃO FÍSICA10**

2.1.1. Modalidades da distribuição 12

2.1.2. Canais de distribuição 14

2.1.3. Sistemas de distribuição 16

### **2.2. EXPEDIÇÃO17**

2.2.1. Separação de pedidos 19

### **2.3. ARMAZENAGEM21**

2.3.1. Movimentação 23

### **2.4. TRANSPORTE25**

### **2.5. COMÉRCIO VAREJISTA29**

## **3. METODOLOGIA DA PESQUISA31**

## **4. ANALISE DOS RESULTADOS32**

## **5. CONCLUSÃO37**

5.1 Limitações39

## **REFERÊNCIAS 40**

## **GLOSSÁRIO 42**

## **APÊNDICE 43**

## **Lista de figuras**

**FIGURA 1:** Imagem da estrutura da distribuição física12

**FIGURA 2:** Processo de expedição e distribuição18

## **Lista de Quadros**

**QUADRO 1:**Características do movimento e tipos de equipamentos24

**QUADRO 2:**Características para a decisão de um tipo de transporte26

**QUADRO 3:**Equipamentos de movimentação utilizados pelas empresas34

**QUADRO 4:**Sistemas integrado utilizados pelas empresas36

## **Lista de abreviaturas e siglas**

PMEs: Pequenas e médias empresas.

## RESUMO

O presente trabalho aborda um levantamento de como ocorre à gestão da distribuição física em lojas de eletroeletrônicos. Distribuição física nada mais é que os processos operacionais e de controle que permitem transferir os produtos desde fabricação até o ponto em que a mercadoria pode ser entregue finalmente ao consumidor que esperam por estes produtos sem atrasos e avarias. A logística das empresas deve estar atenta aos desafios relacionados à área de distribuição, ela refere-se a todo processo do produto desde o recebimento do pedido até a instalação do produto. O objetivo deste trabalho é compreender como a distribuição acontece e de que forma as empresas constroem estratégias para que os produtos cheguem ao consumidor final sem atrasos e em perfeitas condições. Os resultados deste modelo demonstram que todas as empresas trabalham de forma parecida, o que se destaca como maior importância para as empresas é atender as necessidades de seus clientes. Ao decorrer da pesquisa com os dados coletados nas entrevistas, conseguimos obter resultados significativos referentes ao nosso objetivo.

**Palavras - chave:** Distribuição, estratégia, clientes e satisfação

## **ABSTRACT**

This paper will show how happens the management of physical distribution on electronics stores. Physical distribution is a series of operational processes and controls by which is possible transfer products from the manufacture to the consumer, which one is waiting for products delivered on correct times and without damages. The organization's logistic department need to care about all challenges related to distribution area, because it refers to all production process, from the receipt of request, until the product installation. The objective of this paper is understand how the distribution happens, and how companies build their strategies for products delivered in correct times and in perfect conditions. The result of this model show that all companies works on similar ways, and that the most important is attend the necessities of clients. During the development of our inquiry, considering the information collected on interviews, was possible obtain significant results referring to the objectives.

**Key- Words:** Distribution, strategy, clients, and satisfaction

*Aos nossos familiares, pela força e companheirismo ao longo dessa jornada de curso, e a nós pela coragem, pela força de vontade e por ter se esforçado ao máximo que podíamos sem se deixar levar por energias negativas.*

## **Agradecimentos**

*Agradecemos primeiramente a Deus pela força e coragem que nos deu ao longo dessa jornada de curso por não ter nos deixado desistir a nenhum momento.*

*A nossa família pelo incentivo e motivação que nos deu pela força e por todos os momentos que estava conosco em cada jornada nos dando apoio, e dizendo que tudo daria certo no final e que valeria a pena.*

*Aos nossos colegas de grupo pela confiança e companheirismo.*

*E ao professor Leonardo, pela ajuda que foi de extrema importância para que esse trabalho fosse concluído.*

*E a todos aqueles que de alguma forma nos incentivaram e contribuíram para a conclusão desta etapa importante.*

*“É preciso escolher um  
caminho que não tenha fim,  
mas, ainda assim, caminhar  
sempre na expectativa de  
encontrá-lo”*

**GERALDO MAGELA**

## 1. INTRODUÇÃO

A Logística está se desenvolvendo cada vez mais e a distribuição é um dos processos envolvido diretamente nesse crescimento, o gerenciamento da distribuição depende de diversos fatores um deles refere-se à disponibilidade dos produtos de consumo, se um produto não é acabado conseqüentemente não ocorre à distribuição.

Distribuição física nada mais é que os processos operacionais e de controle que permitem transferir os produtos desde fabricação até o ponto em que a mercadoria pode ser entregue finalmente ao consumidor que esperam por estes produtos sem atrasos e avarias. Um fator a ser analisado é o tipo de transporte, caso não seja bem escolhido pode acarretar problemas, porém a logística de distribuição não depende só do transporte, há outros processos envolvidos para que tudo saia na perfeita ordem.

Segundo Novaes (1994) a distribuição física de produtos se refere aos processos operacionais e de controle que permitem transferir os produtos desdeoponto de fabricação até o ponto que a mercadoria éentregue.

Atualmente com a conscientização dos consumidores, a distribuição passa a ser um ponto chave na logística de uma empresa que quer se destacar altamente no mercado, pois ela pode significar a conquista ou perdas de clientes, nenhum cliente quer que seu produto chegue com atraso, ou danificado em suas mãos.

Não basta que as empresas ofereçam um serviço de altíssima qualidade se sua entrega for realizada em condições precárias frustrando as expectativas do cliente. Um serviço eficiente ao cliente não se baseia somente em ter uma equipe motivada dentro de uma empresa, consideravelmente que isso seja um começo para que os produtos sejam entregue nos padrões exigidos pelos clientes.

Receber os produtos dentro do prazo prometido, no local determinado, a modo que estejam bem embalados para que não ocorram danos e perdas, são princípios básicos para uma distribuição bem elaborada dentro do sistema logístico de uma empresa.

A disponibilidade dos produtos depende dos canais de distribuição, isto são organizações interdependentes envolvidas no processo de tornar um produto ou serviço disponível para consumo, eles visam disponibilizar o produto com menor

custo, informar os clientes, negociar a compra e venda tirar o pedido e tomar posse física do produto.

Está relacionada à distribuição, a estrutura, a movimentação a armazenagem a regulamentação dos canais, entre vários outros itens e através deste trabalho será abordado o conceito que é aplicado em lojas de eletroeletrônicos da região ABCD, qual a estrutura desta distribuição, o que realmente deve ser observado e analisado em relação a estes produtos e qual o sistema utilizado. Cabe ressaltar, que este trabalho busca abordar as etapas do processo de distribuição física de produtos.

### **1.1. Objetivo**

O objetivo da pesquisa consiste em analisar a distribuição das empresas de eletroeletrônicos.

### **1.2. Descrição da situação problema**

Com base nos estudos levantados surge a seguinte questão: Como as empresas de eletroeletrônicos distribuem seus produtos na região ABCD Paulista?

### **1.3. Justificativa**

O tema foi escolhido com base nos serviços prestado pelas empresas, podendo contribuir para os profissionais que atuam nessa área, podendo analisar a logística de distribuição da empresa e ver a distribuição como uma vantagem competitiva.

Para os Acadêmicos o trabalho traz uma fundamentação baseada em estudos, que contribui para a compreensão da área, oportunizando mais conhecimentos e esclarecimentos para a obtenção de uma carreira profissional.

Pelo trabalho é possível que os clientes saibam como funciona a distribuição de uma empresa, todos os processos envolvidos e qual o objetivo que as empresas procuram atingir em relação aos consumidores.

## **2. REFERENCIAL TEORICO**

## 2.1. DISTRIBUIÇÃO FÍSICA

A distribuição física é uma das principais atividades de uma empresa, pois é através dela que e os produtos chegam até seus consumidores finais, ela pode definir também o sucesso em relação ao atendimento ao cliente.

Segundo Botelho (2003) apud Oliveira (2006) Um bom planejamento dessa atividade pode trazer eficiência e confiabilidade nos serviços prestados pelas empresas garantindo a satisfação dos clientes e redução de custos

A gestão da distribuição física de produtos corresponde ao conjunto formado pela gestão dos estoques e do sistema de transporte, ligando a unidade produtiva ao consumidor. O processo de tomada de decisões na gestão da distribuição física de produtos pela Logística inclui a localização e quantidade de armazéns, bem como os modais de transporte adotados.

As funções da distribuição física de produtos são basicamente recebimento, movimentação, armazenagem, separação de pedidos e expedição. Essas funções são extremamente planejadas para que não ocorra nem um erro com os produtos que vão ser entregues para os consumidores finais, assim colocando em risco a reputação da empresa.

Para Ballou (1993) apud Oliveira (2005) nem todos os clientes precisam e devem ser tratados da mesma forma que outros clientes ou categorias de clientes, porém é preciso entender as necessidades e serviços que cada um precisa.

A gestão da distribuição física de produtos segundo Ballou (2001) *ETAL* Viera (2012) ocorre em três níveis: estratégico, tático e operacional. O nível estratégico corresponde à decisão de como transportar, como fracionar a carga, como controlar os estoques e à localização dos depósitos. O nível tático equivale à utilização dos recursos disponíveis, sendo normalmente um planejamento em curto prazo. Por sua vez, o nível operacional diz respeito às tarefas diárias desempenhadas a fim de garantir um eficiente fluxo logístico. Tais níveis correspondem ao planejamento, execução e controle, respectivamente.

É de grande necessidade que a distribuição física de produtos seja bem planejada de maneira que não afete nenhum dos fatores que abrangem a Logística de distribuição, uma vez que devemos pensar que não são só um fator que depende dela vários outros estão relacionados como, por exemplo, a armazenagem, o processamento de pedidos, a movimentação, entre outras atividades que estão

interligadas ao fornecimento de serviço ao cliente e se haver qualquer tipo de erro afetará todos os outros processos.

A cadeia de suprimentos é um fator que está interligado a distribuição, ela pode proporcionar maior integração em relação aos estoques, transporte custos e outros o conceito da cadeia se baseia em gerenciar o fluxo de materiais através de um sistema através dos quais as empresas e organizações entregam seus produtos e serviços para seus consumidores finais numa rede de organizações interligadas.

Outra prática importante para melhorar a distribuição é a prática de crossdocking ele otimiza a produção, levando benefícios e vantagens para facilitar o gerenciamento da distribuição física.

O principal objetivo da distribuição física é fazer com que os produtos cheguem até o cliente por meio de uma empresa varejista ou atacadista como menor custo possível.

O ciclo de Distribuição acontece da seguinte maneira: Processamento do pedido, seguido da armazenagem, passa pelo estoque, armazenagem e movimentação, inclui a projeção do preço de venda e apoio promocional, enfoca o nível de serviço ao cliente, e só tem fim no atendimento pós-venda, relacionado à mercadoria devolvida e garantia dos produtos.

Quanto maior o tempo deste produto, menor a satisfação do cliente e menor lucro da empresa, por isso é importante atentar-se neste ponto.

O objetivo geral da distribuição física, como meta ideal, é o de levar os produtos certos, para os lugares certos, no momento certo e com o nível de serviço desejado, pelo menor custo possível.

A distribuição física está relacionada a diversos processos, passando por várias etapas para que o desempenho destas atividades gere uma satisfação ao cliente assim aumentando o nível de desempenho logístico, e assim que as empresas consigam atingir uma boa lucratividade e conquistar novos clientes.



## **Figura 1 – Imagem da Estrutura da distribuição física**

Fonte: Adaptada Kobayashi (2000) apud Henrique (2005)

### **2.1.1. Modalidades da Distribuição**

Ao determinar os canais de distribuição, se deve decidir qual a modalidade que segundo Kapoor (2004) apud Santos (2011) são:

- **Sistema de distribuição Exclusiva**

Nesse sistema a empresa utiliza um ou poucos intermediários exclusivos a fim de atender a segmentos específicos do mercado consumidor. Os intermediários podem ser representantes comerciais – que levam o produto aos pontos do varejo – ou redes de lojas, as quais tenham a exclusividade na distribuição do produto.

- **Sistema de distribuição Intensiva**

Visa colocar o produto no maior número possível de pontos de venda e é adequado para produtos de alto consumo, de compra freqüente e preços unitários relativamente baixos. Disponibilizar o produto onde os consumidores esperam encontrá-lo é fundamental para bens de conveniência, pois é muito comum o consumidor trocar de marca caso não encontre aquela marca desejada.

- **Distribuição Extensiva**

Modalidade utilizada quando uma empresa pretende alcançar o maior número de pontos de venda do mercado, através de um Canal de Distribuição Longo. É viável em empresas com um grande número de vendedores e forte organização comercial. Tem a vantagem de permitir que os produtos consigam atingir o maior número de consumidores; por outro lado, tem como desvantagens o elevado custo que impõe à empresa, além de uma possível perda parcial de controle sobre o canal.

- **Distribuição Exclusiva**

Baseia-se na concessão a um intermediário da exclusividade da distribuição do produto, em determinado território. Pressupõe também que o intermediário não venda produtos similares de outras marcas. Esta modalidade é normalmente utilizada por PMEs que não detêm grande conhecimento do mercado-alvo. Adicionalmente, é freqüente ser da responsabilidade do intermediário o ônus da força de vendas, das reparações técnicas e da assistência pós-venda. Um tipo particular e bastante atual desta modalidade de distribuição é o sistema de franchising.

- **Distribuição Seletiva**

Nesta modalidade o produtor escolhe um número reduzido de distribuidores, aos quais normalmente são fixadas cotas de vendas, com a possibilidade de se estabelecer princípios de exclusividade de vendas num determinado território. A seleção de distribuidores é feita em função de dois critérios essenciais: a localização do distribuidor e o posicionamento. Esta modalidade permite ter um alcance maior do que a Distribuição Exclusiva; face à Distribuição Extensiva permite reduzir os custos e incrementar o controle do produtor sobre o canal, em detrimento do alcance.

### **2.1.2. Canais de distribuição**

Canal de Distribuição é o caminho escolhido por uma empresa para fazer seus produtos chegarem aos consumidores certos, no local e no momento exato. Pela definição de Marketing esta área é encarregada de colocar o produto adequado no momento e no local em que ele for necessitado pelos consumidores.

As atividades começam quando a organização opta pelo tipo de canal que será usado para distribuir fisicamente seus produtos.

Segundo Vitorini (2004) apud Zilber, Júnior, Silva (2010), os canais de distribuição define-se como uma tarefa essencial para o êxito no processo de exportação e comercialização. Para Stern *et al.*(1996) apud, Júnior, Silva (2010) canais de distribuição são organização independentes que em conjunto estão envolvidas no processo de tornar o produto ou serviço disponível para consumo ou uso.

Já Churchil (2005) apud Maço li (2007) o canal de distribuição é composto por um sistema de organização com órgãos e instituições que efetuam por completo as funções necessárias para a união de produtores e consumidores finais, que por fim realiza a tarefa de marketing. A escolha ideal do canal de distribuição futuramente influenciará diretamente nos custos da empresa, sendo assim receberá diferenciação no preço final do produto. A escolha certa tem papel fundamental no estímulo à demanda por meio de atividades promocionais dos atacadistas, varejistas e representantes. MACHADO e LIBONI (2004) apud Zilber, Júnior, Silva (2010).

Já para Vitorini (2004), outros fatores significativos influenciam no processo de escolha do melhor canal, tais são: natureza do produto (dimensão, aroma, peso, etc.), características do mercado (hábitos de compra, localização, poder aquisitivo, influencia, etc.), qualificação dos agentes intermediários e vantagens e desvantagens de negociar diretamente com os consumidores finais.

Segundo Stern *et al.* (1996), a estratégia de produto/mercado de estar alinhado com o canal de distribuição adotada pela organização, ou seja, a empresa deve definir com clareza o produto e o público alvo em questão para que o sistema seja desenhado adequadamente. Machado e Liboni (2004) destacam que a distribuição pode ser exclusiva, intensiva ou seletiva.

Machado e Liboni (2004) destacam que a distribuição pode ser exclusiva, intensiva ou seletiva. Na distribuição exclusiva, o intermediário não pode trabalhar com marcas concorrentes, já na distribuição intensiva o foco está em maximizar o volume de vendas, garantindo maior cobertura de mercado, Estratégia de internacionalização e canais de distribuição no mercado externo conveniência espacial e pulverização do risco. Por fim, a distribuição seletiva busca a preservação

da imagem do produto e melhor atendimento ao consumidor por intermédio da escolha de um número reduzido de intermediários.

De acordo com Forner (1999), os tipos de canais e agentes que colaboram com a distribuição e colocação do produto nos distintos mercados internacionais são: trading companies, comercial exportadora, consórcio de exportação, representantes de vendas no exterior, importador-distribuidor e varejista (Dealers). Uma das alternativas para comercialização e distribuição dos produtos é a venda direta que Coughlan (2002) define como a venda de um produto ou serviço ao consumidor face a face, distante de uma localização varejista fixa. Para a Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas –

ABEVD (2007) a venda direta é “um sistema de comercialização de bens de consumo e serviços diferenciado, baseado no contato pessoal, entre vendedores e compradores, fora de um estabelecimento comercial fixo, presente em todo o mundo e envolvendo os mais diversos setores da economia de produtos de limpeza a automóveis”.

Assim sendo, existem três tipos de Canais de Distribuição:

- Canal direto – circuito em que não existem intermediários, isto é, o produto transita diretamente do produtor para o consumidor final. Têm a vantagem de ser completamente controlados pelos produtores e de proporcionarem um melhor conhecimento do mercado; por outro lado, têm o inconveniente de não permitirem uma grande dispersão geográfica.
- Canal Curto – Circuito em que não existem grossistas, isto é, o produto transita do produtor para um retalhista, ou número reduzido de retalhistas. Os circuitos curtos permitem uma melhor cobertura do mercado; contudo, requerem uma rede de intermediários que, embora pequena, faz com que a empresa possa ficar dependente destes e perder o controlo do Circuito.
- Canal Longo – Circuito em que intervém o grossista e eventualmente outros intermediários tais como o importador ou o agente. Estes canais são utilizados preferencialmente para produtos de grande consumo e requerem reabastecimentos freqüentes dos intermediários. Possibilitam um alcance geográfico amplo, mas a gestão das relações internas do Circuito é mais trabalhosa e complexa.

### **2.1.3. Sistemas de Distribuição**

De acordo com as informações citadas por Novaes (2004) a distribuição se resume em diversas situações em meio à distribuição física de algum produto, para que ocorra tudo como planejado tem que existir duas configurações básicas para que não haja um erro na hora da movimentação do produto, elas são: Distribuição “um para um” e “um para Muitos”.

- A distribuição física do produto no qual a situação se resume no sistema distribuição de “um para um”. E nessa situação o produto é colocado diretamente no caminhão ou em outro meio de transporte escolhido pelo responsável da área. Diretamente de um centro de distribuição ou da fábrica, e assim fazendo um trajeto para outro centro de distribuição, ou loja predeterminada, ou qualquer outra instalação para que ocorra um último processo referente à esse produto.

- Outro sistema de distribuição no qual a situação se resume na distribuição é “um para muitos” ou “Distribuição compartilhada”, nessa situação o produto é colocado no caminhão no centro de distribuição para que seja distribuído para as lojas ou para os clientes que já estão estabelecidos, depois do caminhão ser carregado a partir desse ponto o produto começa a ser transportado por rotas de entregas que já estão predeterminadas pelo o responsável da área.

No sistema de distribuição “um para um”, é feita primeiro de uma forma que faça com que o caminhão seja preenchido por completo para que haja um aproveitamento total de cada espaço disponível. O responsável de carregar todo o caminhão, esta com a tarefa de utilizar cada espaço disponível dentro do caminhão, responsável de acomodar cada produto, tendo como visão o aproveitamento por completo do caminhão, utilizar sua capacidade máxima. Esse detalhe é muito importante porque, na maioria das vezes em que esse sistema “um para um” é utilizado, se tem um máximo de aproveitamento por motivos de a mesma carga ser entregue no mesmo lugar, no mesmo centro de distribuição, diferente do sistema “um para muitos”. Porque nesse sistema o responsável de carregar o caminhão, tem que organizar as entregas de uma maneira inversa, e isso o impede de otimização da organização dentro do espaço interno. Entre os colaboradores de transporte

esse sistema de distribuição “um para um”, é predominante por fato de que é apenas uma transferência de produtos que podemos colocar como um sistema “de um lado, para o outro”, um sistema mais simples e rápido, diferente do sistema “distribuição compartilhada”.

No sistema de “distribuição compartilha”, o caminhão deve ser carregado de uma maneira no centro de distribuição com produtos a serem distribuídos para diversos clientes, em diversos lugares. E esse tipo de distribuição tem que ter um roteiro pré-estabelecido para que não haja perda de tempo na hora das entregas. A situação mais comum desse tipo de distribuição, o veículo percorre uma determinada distância até uma zona de entrega, e a partir daquele ponto se tem a zona de entrega já estabelecida, ali ele realiza todas as entregas, e todas as coletas a ser feita dentro dessa zona.

## **2.2. EXPEDIÇÃO**

A expedição é uma atividade de armazém que se realiza depois de a mercadoria ser devidamente embalada e inclui as seguintes tarefas:

- Verificar se aquilo que o cliente pediu está pronto para ser expedido;
- Preparar os documentos da remessa (informação relativa aos artigos embalados, local para onde vão ser enviados);
- Juntar se encomendadas por operador logístico (transportadora);
- Carregar os caminhões

Expedição é a última etapa a ser realizada, consistem basicamente na verificação e no carregamento do veículo os produtos. Muitos dos princípios que se aplicam na recepção também podem ser aplicados na expedição, mas no sentido contrário (na recepção os produtos entram no armazém e na expedição os produtos saem).

Os seguintes princípios servem como guia da atividade de expedição por forma dar-lhe uma maior dinâmica. Estes pretendem simplificar o fluxo de material para a expedição e garantir que através do mínimo trabalho os requisitos é satisfeitos.

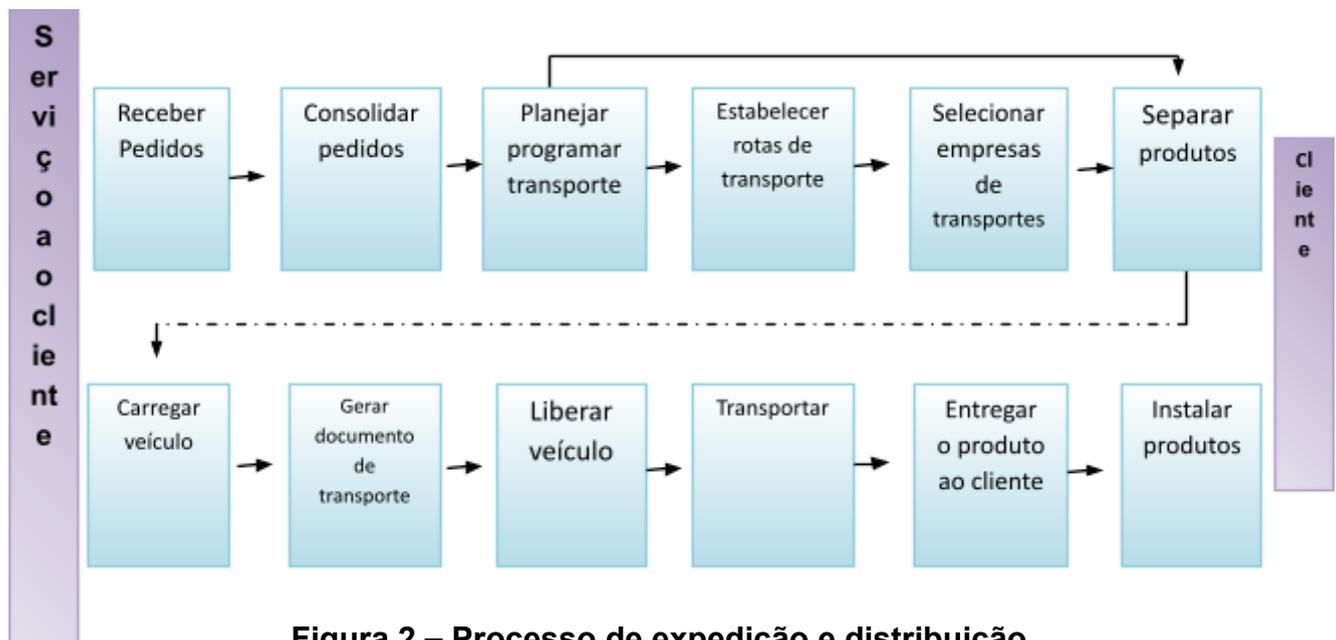
Para Calazans (2001) apud Rodrigues e Pizzolato (2003), alguns complicadores são encontrados na operação da expedição que podem afetar sua

eficiência: atrasos de transportadoras, atrasos na emissão da lista de separação, quebra sincronia entre os processos de recebimento e expedição nas operações de crossdocking e picos de demanda que não foram adequadamente planejadas.

Tendências que visam à melhoria da expedição:

- Política Just intime;
- Computadores; códigos de barra e GPS.
- Novos equipamentos para carregar e descarregar.

A figura abaixo representa o fluxo do produto até a chegada ao cliente final:



**Figura 2 – Processo de expedição e distribuição**

**Fonte:** Adaptada Bertaglia (2003) apud Henrique (2005)

### 2.2.1. Separação de pedidos

A separação de pedidos também conhecida como picking é uma atividade de extrema importância dentro de uma empresa, ela faz parte da distribuição física de produtos e consiste em retirar os produtos do local de armazenagem à resposta do pedido de um cliente, a separação pode envolver o processo de agendamento busca de endereço de cada item e seqüenciamento da liberação do produto.

Podemos definir a realização do picking como a coleta da quantidade correta de produtos feitos em um pedido, o operador fica sendo responsável por essa coleta em um espaço curto de tempo.

Todas as empresas buscam agilidade na separação dos pedidos, pois um baixo desempenho pode reduzir o nível de serviço ao cliente, pois proporciona tempos longos no processamento e envio do pedido, entregas erradas e retrabalho.

Segundo De Koster (2007) apud Almeida e Vieira (2010) O objetivo da separação de pedidos é maximizar os níveis de serviços que estão sujeitos às restrições, tais como, mão de obra, equipamentos e capitais.

A complexidade do sistema de separação depende basicamente do tamanho das unidades de separação. Existem cinco categorias:

- Separação de paletes;
- Separação de camadas do paletes;
- Separação de caixas;
- Separação de caixas fracionadas;
- Separação de itens;

São montadas estratégias de picking para diminuir o tempo de movimentação, segundo Maurício e Lima (2003) apud Freitas (2004) Um operador de picking gasta 50% de seu tempo na área de estocagem.

Existem diferentes tipos de organizações picking entre eles estão:

- **Picking discreto**

Chamamos de picking discreto processo em que o operador é responsável pela separação de todos os produtos contidos no pedido, cada produto é pego por vez e essa tarefa é realizada por um só trabalhador.

Essa organização possui diversas vantagens como, por exemplo, a simplicidade de separação e menores riscos de erros, pois se tem um documento para cada ordem de separação. Porém existe um agendamento para atividade de picking tornando assim o procedimento menos produtivo, já que o operador deve completar toda ordem de separação o tempo se torna maior que nos outros procedimentos.

- **Picking por Zona**

Segundo Lin e Lun (1999) apud Almeida e Viera (2010) o picking dividido por zonas é o mais utilizado para aumentar a eficiência da separação de produtos.

A área de armazenagem é dividida por zonas, cada responsável pela atividade de picking é escalado em uma zona. Para aumentar a eficiência do trabalho de picking e balancear a carga de trabalho os produtos são alocados nas diferentes zonas.

A ordem é emitida, e cada trabalhador separa os pedidos do seu setor de trabalho, se o pedido estiver completo antes do término de sua zona ele será despachado, caso contrário ele será repassado a outro operador que completará os produtos que faltam.

- **Picking por lote**

No picking por lote o processamento é feito através de um operador, e diversos produtos são coletados em cada pega.

Nesse tipo de organização existe um ganho de produtividade devido ao menor deslocamento do operador, porém é preciso que os produtos tenham pouca diversidade (até cinco seria o ideal) pequenos volumes e que sejam requisitados em quantidades fracionadas.

- **Picking por Onda**

Método similar ao picking discreto. Essa organização é usada para controlar as funções de separação de pedidos e despacho.

Algumas empresas que precisam de um elevado nível de produtividade utilizam o A frameele é composto por uma esteira transportadora e apresenta precisão na demanda e pouca mão de obra.

No sistema de pickingby light as caixas dos pedidos são transportadas por uma meio de uma corrente transportadora por meio da linha de produção.

## **2.3. ARMAZENAGEM**

Armazenagem ou armazém é um local onde é armazenado matérias-primas, produtos semi-acabados ou acabado.

Ficam no aguardo para que sejam movimentados ao ciclo de distribuição. As principais áreas e fluxo em armazém são: entrada de materiais, armazenagem, movimentação, embalagem, crossdocking e expedição. A parte de entrada de material é o descarregamento do material que chega por caminhão ou de um armazém de produção. A armazenagem pode ser definida como a denominação genérica de todas as atividades de um ponto destinado à guarda temporária e à distribuição de materiais, como disse Moura (1998) apud Rosa (2013).

No sistema logístico as funções dos armazéns são:

- (1) assegurar o controle gerado pelo desequilíbrio entre oferta e demanda;
- (2) consolidar as remessas de várias fontes em uma única remessa para o destino final;
- (3) quebrar o volume-transporte em quantidades, a menor quantidade solicitada pelos clientes e de transbordo de grande volume de embarques; e
- (4) combinar os produtos de acordo com pedidos dos clientes, de acordo com Ballou (1978) apud Rosa (2013)

O armazenamento consiste em um conjunto de operações em colocar os produtos nos locais de armazenagem. Sendo direcionado ao local de separação.

A área de movimentação é onde os produtos são armazenados na forma econômica (área de armazenamento em massa) cujos produtos são armazenados freqüentemente em quantidades menores. Assim facilitando o acesso aos processos de armazenamento.

Existem vários métodos que podem ser utilizadas em estudos no processo de armazenagem que mudam conforme a complexidade do problema abordado.

Os produtos são acondicionados nas embalagens apropriadas de expedição, conferidos e destinados aos clientes, segundo Rouwenhorst et.al.(2000) apud Rosa (2012).

A mercadoria recebida no armazém, não é estocada, mas é diretamente preparada para o carregamento e expedido, a fim de ser entregue ao cliente o mais rápido possível, como disse: Koster; Le-Duc; Rodbergen (2007) apud Rosa (2013).

Segundo Frazelle (2002) apud Rosa (2013) a entrada de materiais consiste em receber o produto no armazém, conferi-lo e estocá-lo, assim garantindo a qualidade de tais produtos de acordo com o pedido.

A armazenagem é a guarda temporária de produtos para posterior distribuição de acordo com Hong (1999) apud Rodrigues e Pizzolato (2003).

Já que os estoques são um mal necessário, a armazenagem como processo básico de preservação destes estoques também é, sabendo do elo entre a entrada e a saída dos materiais para abastecimento das linhas de produção.

Para Ballou (1993) apud Rigatto e Villavova (2006), a estocagem de mercadorias constitui funções essenciais do sistema logístico e seus custos podem absorver de 12% a 40% das despesas logísticas de uma empresa.

Com uma boa administração desta área pode se proporcionar um melhor aproveitamento da matéria-prima e dos meios de movimentação.

De acordo com Novaes e Alvarenga (1994) apud Rosa, afirmam que ao longo do processo logístico existem diversos fluxos de mercadorias.

Os fluxos de mercadoria acontecem entre manufatura e transferência de produto ou entre transferência e distribuição física.

### **2.3.1. Movimentação**

Toda atividade que visa transportar ou mover os produtos dentro de uma empresa é chamado de movimentação de materiais, estas atividades podem ser feitas em lojas, depósitos e fabricas.

Para Lambert (1998) apud Santos e Pimentel (2009) a movimentação trata de todos os aspectos do fluxo de matérias primas, estoque de produtos dentro de uma fábrica ou de um armazém

Existem vários equipamentos que podem ser utilizados para a movimentação de materiais estes equipamentos devem ser eficientes de modo que facilite a movimentação.

A movimentação de materiais está relacionada com o deslocamento de matérias primas e produtos acabados e com o armazém (recebimento, estocagem, separação de pedidos, embalagens, expedição)

Em qualquer empresa a movimentação de materiais envolve operações básicas, de receber, e movimentar qualquer tipo de material, por qualquer meio e em alguns casos incluirá a movimentação eficiente de sucatas, refugos, contentores vazios, produtos desenvolvidos etc., que retornam através de canais apropriados aos pontos em que devem reentrar no sistema.

Moura (1997) apud Santos e Pimentel (2009) menciona que a maior parte das atividades de um armazém consiste na movimentação de materiais

A movimentação de menores portes como caixas, sacas e outros podem ser feitas por equipamentos menores , um muito utilizado é o carrinho de mão utilizado para a movimentação dentro de um armazém.

Entre os equipamentos mais utilizados está o uso da empilhadeira que permite deslocamento de paletes e grandes quantidades tanto horizontal quanto verticalmente. Um tipo sofisticado de empilhadeira permite o deslocamento para frente e para trás, requerendo menos espaços nos corredores assim otimizando a densidade de ocupação do armazém.

Os equipamentos de movimentação são muito importantes, porém é extremamente necessário saber manuseá-los, pois eles facilitam, mas também pode atrapalhar se não forem manuseados da forma correta.

**Quadro 1 – Características do movimento e tipos de equipamentos**

Características do movimento		Equipamentos
Roteiro	Programação repetitiva	Monovia ou manipuladores
	Programação aleatória	Empilhadeiras, paleteiros
Frequência de movimentação	Fluxo Contínuo de materiais	Correia transportadora, corrente.
	Fluxos intermitentes de materiais	Tratores para movimento horizontal
Distâncias percorridas	Distâncias curtas e freqüentes	Empilhadeiras, paleteiros
	Distâncias longas e sistemáticas	Comboios tracionados por tratores industriais
Ambiente fabril	Interno	Empilhadeiras elétricas que evitam a contaminação das mercadorias e dos operários
	Externo	Tratores movidos GLP ou diesel

Direção do fluxo	Horizontal	Tratores industriais correias, correntes
	Vertical	Elevadores de carga
Acionamento	Manual	Paleteiros
	Motorizado	Empilhadeiras e tratores industriais

**Fonte:** Adaptada Francischine e Gurgel (2002) Apud Henrique (2005)

Em qualquer empresa a movimentação de materiais envolve operações básicas, de receber, e movimentar qualquer tipo de material, por qualquer meio e em alguns casos incluirá a movimentação eficiente de sucatas, refugos, contentores vazios, produtos desenvolvidos etc., que retornam através de canais apropriados aos pontos em que devem reentrar no sistema.

Existem vários equipamentos que podem ser utilizados para a movimentação de materiais estes equipamentos devem ser eficientes de modo que facilite a movimentação.

## 2.4. TRANSPORTE

Muito mais do que levar e trazer cabe ao transporte entregar aos clientes o produto, fazer com quem a empresa ganhe confiança de seus parceiros, desde os fornecedores até o ponto de venda mais próximo do consumidor.

È um dos momentos que mais podem gerar vantagens à empresa, quando feito rapidamente, de forma eficiente e sem prejudicar a cadeia envolvida em distribuição.

No período compreendido entre 1880 e 1930, a economia brasileira preservou (matéria-prima ocorrido dos processos industrial), embora tenha ocorrido dos processos específicos e localizados de crescimento de atividade industrial.

Os investimentos e operações aumentam a eficiência do transporte dos produtos destinados a sua indústria. Isso possibilita ao lado dos carregamentos de matérias-primas, produtos semi-acabados ou acabados para a exportação. Na maior parte das indústrias a atividade de transporte representa um dos elementos mais importantes na composição do custo logística.

Temos que visar também à avaliação dos problemas de segurança viária e da qualidade do transporte. No caso da qualidade do transporte, a abordagem técnica utilizaria apenas pesquisas de velocidade e retardamento dos veículos para comparação entre modos e identificação para intervenção.

Segundo (livro BARSA, macropédia 14, pág. 158, ano) o transporte do ponto de vista econômico, é o setor da atividade produtiva que interliga a produção e o consumo de bens. Sua expansão quantitativa e sua valorização mediante uma distribuição aos seus mercados consumidores, e em condições tecnicamente e economicamente favoráveis dependem, em determinada medida, de um sistema moderno e abrangente. O transporte implica a utilização de seu engenho em conjunto e de sua infra-estrutura física, que se compõe de uma via de transporte e de um sistema de apoio — estações, pátios ferroviários, e rodoviários, silos e armazéns, portos, terminais marítimos ou fluviais, aeroportos, instalações de transbordo geral e instalações de bombeamento.

Atualmente há várias dimensões que usualmente são determinantes na diferenciação do transporte. Entre tais, são:

- Tamanho do lote de carga que se deseja transportar;
- Distância do percurso;
- Mix e volume total de produtos;
- Localização geográfica;
- Comparativos de tempos de percurso (trans-time);
- Riscos inerentes a perdas e danos aos produtos;
- Capacidade de gerar serviços acessórios (informações sobre o transporte, localização da carga, cumprimento dos prazos etc.).

## **Quadro 2 – Características para a decisão por um tipo de transporte**

Características
-----------------

Produto	Peso, volume, valor
Mercado	Sazonal, tamanho, local, acesso
Negociação	Prazos, custos
Geografia	Produção, armazenagem, consumo, Infra-estrutura

**Fonte:** Adaptada Bertaglia (2003) et al. Henrique (2005)

Outro fator importante no transporte é o planejamento para Mello (1981) *apud* Bernardes (2006), a preparação do planejamento é fundamental, porém revisões periódicas e modificações vindas de modificações que ocorrem.

No ponto de vista econômico, o transporte é um setor de serviços ou uma demanda intermediária utilizada, em particular, para as transações de compra e venda de produtos intermediários ou finais entre os setores.

Dessa forma, as transferências físicas (nacional e internacional) que se processam dessas transações setoriais, demanda algum meio de transporte (caminhão, trem, avião, navio, navegação fluvial, entre outros).

Nesse sentido, estudos de demanda dos modais de transportes potencializam a otimização dos recursos disponíveis nas ações de planejamento público diante dos elevados recursos e riscos de investimentos no sistema de transporte.

Segundo Reitved (1989) *apud* Junior, Bastos, Perobelli (2011), o crescimento regional é apenas reflexo dos fatores privados de produção, tais como capital e trabalho, mas também da infra- estrutura. Nesse sentido, o governo pode agir passivamente no que tange aos investimentos em transportes quando se verificam gargalos devido à expansão das atividades produtivas (agricultura, indústria e serviços) ou, numa forma ativa, quando próprio governo utiliza a infra - estrutura como impulsionador do crescimento regional (por exemplo, agir em região estrangeira).

No Brasil, as ações passivas de planejamento em transporte têm sido predominantes uma contínua perda da participação relativa dos investimentos de transporte frente ao produto interno (PIB).

Conforme Fromm (1968) apud Junior, Bastos, Perobelli (2011), tais investimentos são competências públicas, uma vez que o risco de investir numa aparelhagem fixa de transporte, mas não no material rodante, é elevado; isso porque o capital inicial exigido é geralmente grande, enquanto que a estimativa de demanda potencial é complicada.

O tipo de modal que será utilizado influencia muito nas decisões da distribuição, por isso é importante que seja pensado como uma vantagem.

Entre os modais de transporte estão:

- Ferroviário

O modal ferroviário tem uma importância considerável para o mercado Brasileiro, pois através dele é possível transportar um número expressivo de cargas a longas distâncias. Apesar de o modal ferroviário ser mais barato, ele não é tão ágil quanto os outros modais. Sua vantagem consiste em ser um transporte apropriado para longas distâncias sobre tudo em grandes quantidades e pesos sendo isento de taxas ou manuseios.

Como desvantagens podem citar a falta da flexibilidade em seu trajeto, não sendo possível parar entre um lugar e outro. Esse transporte é adequado para a condução de mercadorias agrícolas, minérios de ferro, produtos siderúrgicos, fertilizantes, derivados de petróleo entre outros.

- Aéreo

O transporte aéreo é um modal que tem como característica a agilidade, segurança e praticidade. É a melhor opção para produtos que exijam um transporte rápido, como por exemplo, produtos eletrônicos.

As principais vantagens desse modal são:

- Entrega com rapidez;
- O documento do transporte pode ser obtido com rapidez;

- Seguro do transporte aéreo é mais baixo do que o do transporte marítimo;
- A mercadoria por não ser tão manejada, acaba reduzindo custos com embalagens;

Principais Desvantagens:

- Há uma capacidade específica para o transporte de mercadorias;
  - Não é possível transportar produtos a granel/
  - Alto investimento;
- Rodoviário

Esse transporte é um dos mais importantes meios de condução de carga no Brasil. São utilizados veículos e caminhões e carretas nas estradas de rodagem.

Ele se destina a transportação de produtos acabados ou semi-acabados em trajetos de curtas distâncias, por apresentar fretes com o valor alto, se comparado ao modal ferroviário e hidroviário.

O transporte rodoviário é flexível e seu trajeto, podendo ir à praticamente todos os pontos do país. Além disso, pode atender de forma rápida a demanda das empresas, pois não precisa de tantas formalidades comparadas aos outros modais.

- Hidroviário

Hoje o Brasil tem cerca de três mil quilômetros de vias navegáveis, elas são aproveitadas economicamente para o transporte de passageiros e cargas. As hidrovias são úteis para o transporte de cargas pesadas e a grandes distâncias.

A maior vantagem desse modal se baseia nas exigências de menores investimentos e manutenção. Na fase de implantação ocasiona baixos impactos ambientais, e em termos de economia é considerado viável e eficiente.

## **2.5. COMÉRCIO VAREJISTA**

O setor varejista tem apresentado expressivas transformações em sua organização estrutural desde a década de 1990. Se por um lado, o mercado se mostra bastante concentrado, por outro, há evidências de uma crescente competitividade entre as empresas.

De acordo com Mason (1939) apud Aguiar, Figueiredo (2011), a constatação de que o máximo de bem-estar social seria alcançado em um mercado perfeitamente competitivo, enquanto o monopólio restringiria o nível de bem-estar da sociedade. Levou a delinear um modelo para explicar o relacionamento ente estrutura de mercado, conduta empresarial e desempenho econômico.

Ampliar o escopo de estudo no varejo, abrangendo temas mais relevantes a toda cadeia de suprimentos. Estimular pesquisadores a desenvolverem seus projetos de pesquisas de modo a contemplar outras relações ou contextos na cadeia que não exclusivamente a pesquisa com os consumidores finais, acompanhamento da produção acadêmica em varejo.

Na última década revela algumas tendências e temas emergentes em varejo. Segundo Grewal e Levy (2009) apud Brito, Vieira, Espatel (2011), alguns temas podem ser vistos como emergentes e podem ser agrupados de forma: aumento do papel do cliente, experiência de compra, novas tecnologias.

O varejo no Brasil tem experimentado momentos de incerteza mesclados com outros de grande expansão. Com a grande profissionalização do setor varejista e a entrada de empresas do exterior no Brasil, esse mercado tem recebido um grande fluxo de profissionais vindos de outros setores e países.

O varejo supermercadista é considerado um tipo de varejo que tem atividades básicas a venda de mercadorias para o consumo pessoal ou doméstico e a prestação de serviços ligados à venda de bens.

De acordo com Rosenbloom (2002) apud Paula, Silva, Piato (2013). Assim, no canal de distribuição de produtos, os supermercados desempenham papel de intermediários entre o consumidor final e os níveis de produção ou atacado.

A análise de desempenho atualmente utilizadas no varejo se atêm à avaliação dos diversos índices de desempenho de forma isolada.

Diferentemente de outras técnicas estatísticas, que utilizam medidas de tendência central para avaliação e comparação de unidades produtivas. Na visão de Levy(1995) apud Figueiredo,Mello (2009), a atividade de varejo é o conjunto operações de negócios que adiciona valor a produtos e serviços vendidos aos consumidores, para seu uso pessoal ou familiar.

### **3. METODOLOGIA DA PESQUISA**

A abordagem aplicada neste trabalho foi a qualitativa, pois ela procura conhecer e compreender a partir das informações obtidas na fundamentação teórica como a distribuição física influencia no processo logístico.

Com relação ao método, foi feito um levantamento, pois se demonstrou o mais adequado para concluir nossos objetivos e compreender a dinâmica aplicada em uma organização, as características encontradas nessa pesquisa buscam especificamente o processo em que se encontra os produtos e as perspectivas buscadas pela empresa.

Foi realizada uma pesquisa em lojas de eletroeletrônicos, que possibilitou um amplo conhecimento das atividades logísticas das empresas em que foram realizadas, bem como a definição do escopo deste trabalho que trouxe um significativo conhecimento de como é realizada a distribuição física destes produtos.

As empresas selecionadas estão localizadas em São Paulo e todas possuem um grande número de clientes.

As lojas foram separadas por cidades, para facilitar a coleta de informações foi utilizado um gravador para a entrevista com os funcionários, que durou em média 10 minutos em 6 empresas, buscamos contato com 26 empresas, e 6 nos atenderam, a entrevista semiestruturada contém 15 questões, a maior parte dos funcionários entrevistados são gerentes entre homens e mulheres de 25 a 60 anos, e a partir das informações adquiridas foi levantado o detalhamento de como é feita distribuição.

A coleta de informações refere-se de como os produtos se deslocam dentro do armazém, os equipamentos utilizados e quais os procedimentos realizados para que os eletrônicos cheguem aos consumidores finais em perfeitas condições e sem atrasos, e o mais importante quanto tempo é necessário para que os produtos cheguem aos seus clientes.

#### **4.ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Fizemos entrevista em seis empresas, elas foram nomeadas por letras chamaremos de empresa A, empresa B, empresa C, empresa D, empresa E e empresa F .

A partir dos resultados podemos constatar que a maioria das empresas trabalha de formas similares, todas as lojas trabalham com estoques pequenos, com exceção empresa C que não possui estoque em suas lojas, nem sempre a mercadoria é estocada antes de ser expedida para o cliente, pois as lojas são reabastecidas uma vez por semana.

A maioria das empresas portrabalhare com pouco estoque, todas as vezes quando os produtos são maiores eles são mandados diretamente dos CDS para os consumidores, como é o caso de máquinas de lavar , televisores grandes.

No caso das empresas A e F, os produtos são estocados assim sendo distribuídos entre lojas e clientes.

“A rotatividade dos produtos é semanal, dependendo do produto alguns são retirados da loja, e os produtos maiores são enviados para os clientes diretamente do CD”

EMPRESA D

“Não há atraso nas entregas, pois recebemos a mercadoria uma vez por semana sempre no mesmo horário.”

EMPRESA B

“ As rotas são definidas tanto para lojas quanto para clientes, isso é feito com 48 horas de antecedência “

EMPRESA A

Foi questionado se o transporte utilizado para entrega é preenchido por completo para que não haja atrasos, a empresa D nos afirmou que as cargas são programadas por peso tamanho e medida, é colocado o maior número de itens possíveis para melhorar e facilitar as entregas. Todas as empresas afirmaram que as rotas são definidas antes para que não haja atraso nas entregas, e nem perca de tempo.

“Procuramos carregar o transporte com o maior número de itens possíveis par otimizar a entrega”

EMPRESA F

Quando questionamos as empresas quais equipamentos utilizados para o deslocamento dos produtos dentro da loja e do armazém, os entrevistados nos responderam que os produtos menores são carregados pelos próprios funcionários dentro da loja, algumas vezes é necessário o uso de plataformas e carrinhos para

trocar os produtos maiores de lugar, e os equipamentos maiores dentro do armazém são movimentados por empilhadeiras, esteiras elétricas, e os mais pesados por guindastes.

“ Não utilizamos nenhum tipo de equipamento, os produtos são carregados manualmente pelos funcionários pois nosso depósito é pequeno e não há produtos muito pesados, algumas vezes o máximo que usamos é um carrinho de duas rodas”

**EMPRESA B**

“Dentro do nosso armazém utilizamos empilhadeiras, para mercadorias mais pesadas utilizamos guindastes e para as mercadorias menores carrinhos de duas rodas”

**EMPRESA F**

**Quadro 3** – Equipamentos de movimentação utilizados pelas empresas

<b>Empresa</b>	<b>Equipamentos</b>
<b>EMPRESA A</b>	Carrinho de duas rodas Plataformas
<b>EMPRESA B</b>	Movimentação manual
<b>EMPRESA C</b>	Carrinhos
<b>EMPRESA D</b>	Movimentação manual Esteiras elétricas
<b>EMPRESA E</b>	Empilhadeira Movimentação manual
<b>EMPRESA F</b>	Empilhadeira Carrinhos de duas rodas Guindastes

**Fonte:** Elaborado pelos autores

Foi questionado quais embalagens são utilizadas para a entrega dos produtos e qual a importância destas, todas as empresas sem exceção afirmaram que os produtos são entregues nas suas embalagens originais caixa mãe (parte do isopor que fica dentro da caixa como por exemplo, no caso de notebooks), caixa de papelão e plástico bolha, sendo assim as embalagens são importantes para que não haja danificações nos produtos, para que eles possam chegar aos clientes finais em perfeitas condições.

“ A embalagem em termos de proteção do produto é tudo, pois um produto mal embalado pode acarretar danificações.”

EMPRESA F

Todas as empresas afirmaram que as embalagens utilizadas para a entrega dos produtos são as mesmas utilizadas para a movimentação.

Quando questionamos as empresas enquanto a separação de pedidos, a empresa F afirmou que organiza sua separação por datas, no caso da empresa A, a separação é feita por setores, portanto é separada de acordo com o produto e categoria, as empresas restantes fazem sua separação de pedidos através de sistemas como a empresa B que utiliza sistema integrado para facilitar.

*“ A separação de pedidos da empresa é feita de acordo com a categoria, temos a parte de celulares, geladeiras, vídeo e áudio e utensílios domésticos.”*

EMPRESA A

Em relação ao prazo de entrega dos produtos, em todas as empresas produtos menores são retirados pelos clientes das lojas, que por serem portáteis ou fáceis de carregar não há a necessidade de serem entregues.

Quando há necessidade das mercadorias serem entregues todas as empresas dão no máximo 5 dias úteis para entrega, somente a empresa A, o prazo

é menor no máximo 72 horas. No caso da empresa C e F, o prazo de 5 dias é oferecido quando os produtos são comprados via internet.

“Não trabalhamos com prazo de entregas na loja, pois a maioria das vezes os produtos são retirados pelos clientes, somente pelo site o prazo é em até 5 dias úteis”

EMPRESA C

Foi questionado se as empresas utilizam algum tipo de sistema integrado, e segundo as afirmações das mesmas todas utilizam exceto a empresa F, que não utiliza nenhum tipo de sistema.

**Quadro 4 - Sistemas Integrados utilizados pelas empresas**

<b>Empresa</b>	<b>Sistema Integrado utilizado</b>
<b>EMPRESA A</b>	Intranet GAM
<b>EMPRESA B</b>	Multimídia
<b>EMPRESA C</b>	Intranet
<b>EMPRESA D</b>	GAM
<b>EMPRESA E</b>	SIP
<b>EMPRESA F</b>	Não utiliza nenhum tipo de sistema

**Fonte:** Elaborado pelos autores

Questionamos se as empresas pesquisam o nível de satisfação de seus clientes, todas elas responderam que sim, pois é importante saber se os clientes estão satisfeitos com os seus serviços, as empresas pesquisam através do saque até mesmo pela internet, a única empresa que faz este atendimento de outra forma é a EMPRESA A , que possui um relatório para os clientes responderem.

“A nossa pesquisa de satisfação é feita pela loja e pela central de atendimento SAC –  
(Satisfação ao cliente)”

EMPRESA D

Foi questionado se as empresas possuem algum tipo de atendimento pós-vendas todas responderam que sim sem exceção, a EMPRESA A faz seu atendimento através do relatório, e as outras empresas são todas pela internet e central de atendimento.

Quando questionamos às empresas se os investimentos e operações aumentam à eficiência do transporte as únicas que nos afirmaram que sim foram as empresas B e D, os investimentos otimizam o nível das empresas aumentando a sua eficiência.

“Todos os lucros obtidos são reinvestidos na própria empresa no transporte e em  
novas filiais.”

EMPRESA D

## **5. CONCLUSÃO**

Esta pesquisa aborda um levantamento sobre como é feita a distribuição de eletroeletrônicos, e principalmente, sobre como satisfazer as necessidades dos consumidores na referência de entrega dos produtos selecionados.

A Logística está se desenvolvendo cada vez mais e a distribuição é um dos processos envolvido diretamente nesse crescimento, o gerenciamento da distribuição depende de diversos fatores um deles refere-se à disponibilidade dos produtos de consumo, se um produto não é acabado conseqüentemente não ocorre à distribuição, o seu principal objetivo é levar os produtos certos para os locais

certos, uma boa distribuição associada a um produto de boa qualidade, com o preço adequado é tudo que os clientes procuram, e a função das empresas é garantir que os produtos estejam disponíveis para os clientes do jeito que eles desejam e em um preço razoável.

O objetivo da pesquisa consiste em analisar a distribuição das empresas de eletroeletrônicos, este levantamento foi feito na região ABCD de São Paulo, avaliando de fato a distribuição física de tais produtos para que profissionais, acadêmicos, e principalmente consumidores viabilize de maneira ampla como é feita a distribuição de tais produtos.

. Ao decorrer da pesquisa foram coletados os dados das entrevistas, e foram obtidos dados significativos a partir dos resultados podemos constatar que a maiorias das empresas trabalham de formas parecidas, todas as lojas trabalham com estoques pequenos, e nem sempre a mercadoria é estocada antes de ser expedida para o cliente, pois as lojas são reabastecidas uma vez por semana, os produtos maiores são enviados para os clientes diretamente do centro de distribuição, já os menores são retirados pelos próprios clientes das lojas, quando há necessidade das mercadorias serem entregues todas as empresas dão no máximo 5 dias úteis para entrega.

Para facilitar a entrega as empresas preenchem todo o espaço das cargas e definem as rotas com antecedência, esse é um ponto chave da distribuição, pois um erro ocorrido pode afetar toda a logística já planejada.

Os equipamentos utilizados na hora da movimentação são empilhadeiras, guindastes, esteiras elétricas nem sempre é necessário o uso destes equipamentos, pois dentro das lojas os produtos mais leves são movimentados pelos funcionários das empresas. As embalagens utilizadas pelas empresas são sempre as originais dos produtos (Caixa de papelão, caixa mãe e plástico bolha) elas são de imensa importância para a proteção dos produtos, estas embalagens são as que fazem os produtos chegarem a casa dos consumidores em perfeito estado.

A separação de pedidos das empresas é feita por datas, tamanhos e por setores, algumas empresas contam com a ajuda dos sistemas integrados para facilitar a separação, além disso, as empresas procuram também pesquisar o nível de satisfação dos clientes, e dão à eles o atendimento pós vendas para auxiliá-los.

Duas das empresas que entrevistamos procuram investir de alguma maneira os lucros obtidos em novas filiais e em transportes, pois os investimentos e operações aumentam a eficiência das mesmas.

Chegamos à conclusão em que cada empresa trabalha de uma forma, porém com o mesmo objetivo, fazer com que os produtos cheguem aos clientes finais para que eles possam ficar satisfeitos com os serviços oferecidos pelas mesmas.

## **5.1. LIMITAÇÕES**

Nossas maiores dificuldades foram encontrar nas lojas responsáveis por cargos superiores que entendessem o assunto abordado que nos atendessem, disponibilizando-nos informações para nosso questionário. Foi muito difícil também encontrar empresas que se dispunham a falar sobre o tema pesquisado, sem ter a inteira confiança de que o nome da empresa realmente não seria divulgado, podendo assim acarretar problemas para as mesmas.

## REFERÊNCIAS:

PESQUISA NA ÁREA DE VAREJO. São Paulo: Revista Administração de Empresas, v. 51, dez. 2011.

PODER DO MERCADO NO VAREJO DE ALIMENTOS. Brasília: Revista Econômica Social Rural, v. 49, out. 2011.

VAREJO: Kato. São Paulo: Revista Administração de Empresas, v. 52, nov. 2012.

ESTRATÉGIAS DE MARCAS PRÓPRIAS NO VAREJO SUPERMERCADISTA. São Paulo: Produção Online, v. 23, 10 maio 2012.

INDICE HIDRICO DE EFICÁCIA E EFICIÊNCIA PARA LOJAS DE VAREJO. São Carlos: Revista Gestão da Produção, v. 16, abr. 2009.

NOVAES, Antônio Galvão. Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

PEROBELLI, Junior Bastos. Integração e Encadeamentos setoriais com os modais de transporte. **Economia Aplicada**, Ribeirão Preto, n. , p.1-165, jun. 2011.

OLIVEIRA, Josmária Lima Ribeiro De. LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO E CONTROLE DE ESTOQUES EM UMA. **Revista Eletrônica Produção Online**, Florianópolis – SC - Brasil, n. , p.1-22, 03 set. 2005.

SANTOS, Valquíria Pereira Dos. LOGÍSTICA: MODALIDADES DE DISTRIBUIÇÃO E LINHA DE PRODUÇÃO. In: ENCONTRO CIENTÍFICO E SIMPÓSIO DE EDUCAÇÃO, 3., 21/10/2011, São Paulo. **Logística**. São Paulo: Educação e Pesquisa: A Produção do Conhecimento e A Formação de, 2011. p. 1 - 11.

RODRIGUES, Gisela Gonzaga; PIZZOLATO, Nélio Domingues. Centros de Distribuição: armazenagem estratégica. In: ENEGEP, 23., 21/10/2003, Ouro Preto MGBrasil Ouro Preto: Revista Produção Online, 2003. p. 1 - 18.

BERNARDES, Leandro Lopes. **Avaliação da qualidade do serviço de transporte rodoviário interestadual de passageiros através do desenvolvimento de um sistema de indicadores**. 2006. Graduação (Mestrado) - Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

ZILBER, Sílvia Novaes. : **Estratégia de internacionalização e canais de distribuição no mercado externo: análise do processo da Natura**. 2010. Tese (Mestrado) - Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

SILVA Júnior, Ivan Alves da; COSTA NETO, Miguel Crecêncio; ANDRADE, Rosângela Silva de. ARMAZENAGEM E MOVIMENTAÇÃO DE MATERIAIS EM UMA EMPRESA VAREJISTA DO RAMO DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO. In: IV CONNEPI, 4., 2009, Belém- PA. Belém: Revista Eletrônica Produção Online, 2009.

HENRIQUE, Neide. **Análise descritiva da distribuição física dos produtos da empresa Equisul indústria e comércio LTDA**. 2005. 76 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade do Vale do Itajaí, São José, 2005.

ALMEIDA, Fabrício Faria. **Avaliação de um modelo para separação de pedidos em centro de distribuição**. 2005. 12 f. Dissertação (Pós - Graduação) - Curso de Engenharia de Sistemas Logísticos, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

SANTOS, Tatiana Perim Freitas. **Modelo de programação matemática para o problema de balanceamento de linhas de separação de pedidos.**2004. 100 f. Dissertação (Graduação) - Curso de Engenharia da Produção, Departamento de Engenharia de Produção, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

## **GLOSSÁRIO**

Grossista <sup>1</sup>: O grossista é um elemento do canal de distribuição que compra diretamente aos fabricantes, para posteriormente, vender aos retalhistas.

## **APÊNDICE**

### **APÊNDICE A – Questionário utilizado para entrevista nas empresas**

Nome da empresa:  
Ano de abertura:  
Localização da empresa:

Perfil do entrevistado:

Nome do entrevistado: Idade:  
Cargo na empresa:  
Há quanto tempo trabalha na empresa:  
Há quanto tempo está no atual cargo:  
Qual sua área de formação:

#### **ENTREVISTA:**

- 1- Quais são os equipamentos de movimentação utilizados dentro do armazém para o deslocamento dos produtos?
- 2- Como é feita a separação de pedidos da empresa?
- 3- A empresa utiliza algum tipo de sistema integrado, como por exemplo, o ERP?
- 4- No momento do transporte do produto, as rotas são definidas antes para que não haja atrasos nas entregas?
- 5- O Transporte utilizado é preenchido por completo para que haja um aproveitamento total do espaço?
- 6- A empresa utiliza estoque em suas lojas?

- 7- Qual é o prazo de entrega dos produtos ao cliente final?
- 8- Que tipos de embalagens são utilizados na Movimentação?
- 9- Que tipos de embalagens são utilizados na entrega?
- 10- Qual a Importância da embalagem na Movimentação? E na entrega?
- 11- A empresa pesquisa o nível de satisfação dos clientes em relação à entrega do produto?
- 12- Os investimentos e operações aumentam a eficiência do transporte dos produtos destinados a sua indústria? Quais tipos de investimentos?
- 13- A empresa oferece algum tipo de atendimento pós-vendas? Quais meios de comunicação são utilizados?
- 14- A mercadoria recebida no armazém é estocada ou vai diretamente para o cliente?