

**CENTRO UNIVERSITÁRIO FACVEST
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS
FERNANDO SERAFIM TOZZI**

GESTÃO DE QUALIDADE EM MELHOR DISTRIBUIÇÃO FÍSICA

LAGES, SC

2023

FERNANDO SERAFIM TOZZI
GESTÃO DE QUALIDADE EM MELHOR DISTRIBUIÇÃO FÍSICA

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Universitário UNIFACVEST como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Me. Eduardo Henrique Bondarczuk

Lages, SC, (Osasco, São Paulo 22/05/2023). Nota _____

Prof. Me. Eduardo Henrique Bondarczuk

Prof. Dr. José Correia Gonçalves

GESTÃO DE QUALIDADE EM MELHOR DISTRIBUIÇÃO FÍSICA

Fernando Serafim Tozzi¹

Eduardo Henrique Bondarczuk²

RESUMO

Este trabalho teve por objetivo explorar a importância da gestão da logística para o desempenho empresarial. Dito isso, a gestão de qualidade em distribuição física busca garantir a entrega eficiente e confiável de produtos aos clientes. Isso envolve controle de qualidade, planejamento de rotas, monitoramento em tempo real, comunicação com os clientes e treinamento da equipe. Para que tal objetivo fosse respondido ao fim deste trabalho acadêmico, o problema de pesquisa focalizou-se em analisar quais são as estratégias de gestão de qualidade em melhor distribuição física. Quanto a metodologia incorporada a este projeto optou-se por realizar uma revisão bibliográfica em materiais disponíveis em depositórios online. Pôde-se concluir que, que uma gestão logística eficiente pode trazer vantagens competitivas, redução de custos e aumento da satisfação do cliente.

Palavras-chave: Gestão; Logística; Gestão de qualidade; Gestão de Distribuição.

ABSTRACT

This work aimed to explore the importance of logistics management for business performance. That is, quality management in physical distribution seeks to ensure the efficient and reliable delivery of products to customers. This involves quality control, route planning, real-time monitoring, customer communication and staff training. In order for this objective to be answered at the end of this academic work, the research problem focused on analyzing which are the quality management strategies in better physical distribution. As for the methodology incorporated into this project, it was decided to carry out a bibliographical review of materials available in online depositories. It was concluded that efficient logistics management can bring competitive advantages, cost reduction and increased customer satisfaction.

Keywords: Management; Logistics; Quality management; Distribution Management.

¹Graduando de Bacharelado em Administração pela Unifacvest. fernandoserafimtozzi@unifacvest.edu.br

²Graduado em Administração de Empresas pela PUCRS e em Direito pela UFRGS, Mestre em Direito pela UFRGS. Professor orientador do curso de Administração da UNIFACVEST. Email: prof.eduardo.bondarczuk@unifacvest.edu.br. Lattes CV: <http://lattes.cnpq.br/7558717152517140>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2240-9355>.

1 INTRODUÇÃO

Uma das principais funções da logística é transportar as mercadorias dos clientes com Agilidade e eficiência como atributos fundamentais para o sucesso nessa cadeia logística. Oferecer serviços de qualidade e atender às necessidades dos clientes faz toda a diferença. No papel da logística, a qualidade está sempre focada na distribuição e na armazenagem dos produtos dos clientes, desde a saída das fábricas até a chegada nos centros de Distribuição (DCD) e Pontos de Venda (POS), até chegar ao consumidor final. Atualmente com a grande expansão da concorrência empresarial, muitas destas empresas precisam estar atentas a qualidade de seus produtos, uma vez que esta qualidade está intimamente ligada ao sucesso da empresa, reforçando assim suas vantagens competitivas. Segundo Junior (2003), o conceito de qualidade total ou de gestão de qualidade passou a significar modelo de gerenciamento que busca a eficiência e a eficácia organizacional.

Dessa maneira, toda empresa que pretende alcançar um diferencial e por consequência o sucesso e lucro, deve ater-se e ter como prioridade os padrões de qualidade para o mercado de atuação. De acordo com as considerações de Moonsamy e Singh (2014), a qualidade é um forte quesito estratégico que está localizado no alto do ranking de grandes empresas que buscam a excelência. Neste contexto, a gestão de qualidade em distribuição física assume uma posição central, visando aprimorar processos, controlar a qualidade dos produtos, planejar rotas eficientes, monitorar e rastrear as entregas em tempo real, além de manter uma comunicação constante com os clientes. Ao estabelecer indicadores de desempenho e adotar um sistema de gestão de qualidade certificado, as empresas podem garantir que suas operações de distribuição atendam aos padrões reconhecidos internacionalmente.

Nesse contexto, e no ponto de vista acadêmico este tema é de extrema importância devido ao fato de vir a trazer conceitos e as definições de gestão de qualidade, para, enfim, adentrar ao foco principal desse trabalho. Como objetivo principal, este irá abordar quais são os conceitos de gestão de qualidade com foco em uma melhor distribuição física. Como objetivos secundários e terciários: Descrever os conceitos de qualidade; Identificar as melhores práticas de gestão logística no meio da distribuição adotadas por empresas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 logística

A logística pode ser entendida como parte de uma cadeia, um processo, onde há planejamento, supervisão de fluxo e armazenamento eficaz de produtos, serviços, dados. Mesmo em várias outras definições e significados, a Logística dá origem a um conjunto de nomenclaturas para nomear as áreas em que se desenvolvem, tais como: transporte, distribuição, distribuição física, abastecimento e distribuição, gestão de materiais e procedimentos (CAVANHA FILHO, 2001).

De acordo com Christopher (2016), a logística é uma área da gestão empresarial que envolve a coordenação e planejamento dos processos de transporte, armazenagem e distribuição de bens e serviços. O objetivo da logística é garantir que os produtos cheguem ao destino com a qualidade adequada e dentro do prazo estabelecido, de forma eficiente e com o menor custo possível.

Ainda no que diz respeito a logística, essa abarca a ideia de que é possível mensurar o sucesso ou o fracasso de uma empresa pautada na administração aderida em sua logística. Segundo Rodrigues (2002), a Logística pode ser entendido como adquirir, manusear, transportar, distribuir e controlar eficazmente os bens disponíveis.

2.2. A logística no meio da distribuição física

De acordo com Kotler e Armstrong (2007), antigamente o pensamento da distribuição física era fazer produtos menos custeados, e trazê-los ao mercado. Hoje, as empresas tentam prever a si mesmas. É o caminho inverso, ou seja, do cliente para a fábrica, funcionando a partir de uma perspectiva logística centrada no cliente

O desenvolvimento da logística no meio de distribuição tem evoluído ao longo do tempo para atender às crescentes demandas dos clientes e do mercado. Fora percebido que a logística desempenha um papel fundamental na cadeia de suprimentos, e sua eficiência pode afetar diretamente o sucesso de uma empresa.

Hoje em dia, a logística no meio de distribuição envolve um planejamento estratégico abrangente, desde a seleção de fornecedores até a entrega do produto final ao cliente. As empresas buscam otimizar seus processos logísticos para minimizar custos, aumentar a eficiência e melhorar a qualidade do serviço oferecido aos clientes. Como descreveu Novaes

(2007), a importância dos componentes logísticos em relação ao atendimento ao cliente em algumas colocações é mais importante, pois abrange tempo e preço. Já que quando se contrata um serviço a empresa procura qualidade e preço mais baixo, no caso do setor de logística a qualidade é um dos fatores que seriam o prazo de entrega e a pontualidade.

Segundo Ballou (2010), a gestão da distribuição física dos produtos é realizada em três níveis: estratégico, tático e operacional. Nível estratégico: envolve a formulação da estratégia de distribuição física, incluindo a definição de metas e objetivos, a seleção de canais de distribuição e o desenvolvimento de políticas e procedimentos para a distribuição; Nível tático: envolve a implementação da estratégia de distribuição física, incluindo a seleção de fornecedores, a gestão de estoques e armazenamento, a programação de entregas e a gestão de transportes; Nível operacional: envolve a execução das atividades diárias de distribuição física, incluindo a gestão de pedidos, o preparo de produtos para o transporte, o carregamento e a entrega dos produtos. Neste sentido, é evidente que a gestão da distribuição física dos produtos pela logística serve de auxílio à tomada de decisão, favorecendo um equilíbrio entre as diversas variáveis que intervêm no processo com vista a um atendimento eficiente e eficaz ao cliente. A gestão eficaz da distribuição física requer a coordenação efetiva desses níveis de gestão, bem como a integração das atividades de distribuição física com outras áreas funcionais, como vendas, marketing, finanças e produção.

2.5. A Importância dos Canais de Distribuição

A importância dos canais de distribuição dá-se pela satisfação do cliente. Ao utilizar intermediários especializados, os clientes podem receber um serviço mais personalizado, além de uma maior variedade de produtos e opções de entrega. Isso pode levar a uma maior fidelidade do cliente e a um aumento nas vendas. Os canais de distribuição são de suma importância na logística, pois eles são responsáveis por levar os produtos do ponto de origem ao ponto de consumo. Eles incluem os intermediários que facilitam o fluxo de produtos, serviços e informações entre fabricantes e consumidores finais. Para Rosenbloom (2002, p.37), a estrutura do canal é o grupo de membros do canal para o qual foi alocado um conjunto de tarefas de distribuição.

A escolha adequada dos canais de distribuição pode afetar diretamente a eficiência e eficácia da logística de uma empresa. É importante considerar diversos fatores ao escolher os canais, como o tipo de produto, público-alvo, localização geográfica e demanda do mercado. Uma boa estratégia de canais de distribuição pode ajudar a empresa a alcançar novos

mercados, reduzir custos, aumentar a satisfação do cliente, melhorar o tempo de entrega, aumentar a eficiência do fluxo de produtos e serviços, entre outros benefícios. Todos estes pontos representam a complexidade que existe por trás da aparentemente simples operação de distribuição física (CAMARGO, 2004, p. 20).

Portanto, a logística deve se preocupar em gerenciar de forma eficiente os canais de distribuição, buscando sempre a melhor estratégia para atender às necessidades dos clientes, garantir a satisfação e a fidelização, além de maximizar o lucro da empresa.

2.6. As estratégias de distribuição

As estratégias de distribuição são planos elaborados para alcançar um ou mais objetivos de distribuição. Pode-se então, identificar quatro modalidades básicas de distribuição, conforme Semenik e Bamossy (2009):

- a) Distribuição intensiva: esta estratégia visa colocar o produto em todos os pontos de venda possíveis. É frequentemente utilizada para produtos de consumo em massa, como alimentos e bebidas.
- b) Distribuição seletiva: esta estratégia envolve a seleção cuidadosa de um número limitado de varejistas ou distribuidores. É frequentemente utilizada para produtos que requerem mais conhecimento ou serviço, como equipamentos eletrônicos e móveis.
- c) Distribuição exclusiva: esta estratégia envolve a seleção de apenas um revendedor ou distribuidor para um produto em uma determinada região. É frequentemente utilizada para produtos de luxo, como perfumes e relógios.
- d) Vendas diretas: esta estratégia envolve a venda de produtos diretamente aos consumidores, sem intermediários. É frequentemente utilizada para produtos com alto valor agregado, como joias e equipamentos médicos.

Em resumo, as estratégias de distribuição são planos elaborados para alcançar os objetivos de distribuição de uma empresa. Alguns exemplos comuns incluem distribuição intensiva, seletiva, exclusiva, vendas diretas e distribuição online. Cada estratégia é aplicada de acordo com as características do produto, do mercado e dos clientes, visando maximizar a disponibilidade e a conveniência para atingir os resultados desejados. Ao escolher a estratégia de distribuição adequada, as empresas podem alcançar uma maior eficácia na colocação de

produtos no mercado, ampliando seu alcance e satisfazendo as necessidades dos consumidores de forma eficiente.

3 MATERIAL E MÉTODOS

Nesta seção, apresentaremos os materiais e métodos utilizados para investigar e compreender a gestão da logística. Descreveremos os procedimentos adotados para coletar e analisar dados relacionados às práticas de gestão logística, incluindo planejamento, transporte, armazenamento, controle de estoque e distribuição.

A opção metodológica incorporada a este trabalho fora um levantamento bibliográfico, seguido de um estudo de caso. Em sua natureza, a pesquisa é classificada quanto aos seus objetivos, dividem-se em três grandes grupos: exploratórias, descritivas e explicativas (KIPNIS, 2005). A opção escolhida para a realização deste projeto foi a descritiva, visto que foi feita uma revisão de literatura sobre o assunto em artigos em depositórios online.

No que diz respeito ao estudo de caso, este contribuem para uma melhor compreensão dos fenômenos pessoais, organizações e processos políticos na sociedade. É uma ferramenta utilizada para entender o caminho e os motivos que levam a uma determinada decisão. Segundo Yin (2001), o estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que inclui um método que engloba todas as abordagens específicas para coleta e análise de dados.

4 RESULTADOS

Durante a leitura realizada por um levantamento bibliográfico fora possível identificar quais foram as estratégias e práticas adotadas pela gestão de logística em empresas, capazes de enfrentar adventos e propor soluções para uma possível melhoria.

Dentro do estudo de caso fora possível realizar uma análise dos benefícios e impactos da implementação de tecnologias avançadas como: automação; inteligência artificial e Internet das Coisas (IoT), na gestão logística. Essa avaliação também está intimamente ligada ao planejamento da demanda, do transporte, armazenamento e distribuição na gestão logística adotada pela empresa. É de extrema importância compreender e identificar as principais métricas e indicadores de desempenhos utilizados no processo de logística, favorecendo a tomada de decisões estratégicas. Fora também analisado os fatores que afetam a colaboração e a integração entre os diferentes elos da cadeia de suprimentos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, exploramos a importância da gestão da logística para o desempenho empresarial. Destacamos a necessidade de práticas eficientes nos aspectos de planejamento, transporte, armazenamento, controle de estoque e distribuição.

Concluimos que uma gestão logística eficiente pode trazer vantagens competitivas, redução de custos e aumento da satisfação do cliente. No entanto, enfrenta desafios como a volatilidade da demanda e a otimização de recursos. Recomendamos investir em capacitação, promover parcerias estratégicas e estar atento a tendências emergentes. A gestão da logística é essencial para o sucesso das empresas, proporcionando melhorias contínuas, satisfação do cliente e crescimento sustentável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALLOU, Ronald. **Logística empresarial**. 1. ed. São Paulo. Ed. Atlas.S.A. 2010.
- CAMARGO, Flavio Werle de. **Análise do sistema logístico de distribuição de uma distribuidora de alimentos** — o caso da Deycon comércio e representações Ltda. 2004. Disponível em: www.ufsc.br. Acesso: 05 de jun 2023.
- CAVANHA FILHO, A. O. **Logística: novos modelos**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- CHRISTOPHER, M. **Logística e o gerenciamento da cadeia de suprimentos**. São Paulo: Cengagelearning, 2016.
- MARSHALL, Island Junior (org); **Gestão da Qualidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003;
- MOONSAMY, V; SINGH, S. *Using factor analysis to explore principal components for quality management implementation*. **Qual Quant** 48, 605–622 (2014).
- NOVAES, Antônio Galvão. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- RODRIGUES, P. R. A. **Introdução aos Sistemas de Transporte no Brasil e à Logística Internacional**. São Paulo: Aduaneiras, 2002.
- ROSENBLOOM, Bert. **Canais de Marketing: uma visão gerencial**. São Paulo: Atlas, 2002.
- SEMENENIK; Richard J. BAMOSSY Gary J. **Princípios de Marketing e Canais de Distribuição em uma Perspectiva Global**. São Paulo, V. 16, N. 3, p. 21-127, jul/jan, 2009.
- YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.