

ANÁLISE DA ESTRUTURA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS: O CASO DA LOJA ROUPAS FEMININAS

ANALYSIS OF THE SUPPLY CHAIN STRUCTURE: THE CASE OF THE WOMEN'S CLOTHING STORE

Amanda Ferreira Da Silva¹
Bianca Barbosa Faria²
Denise Rocha Dantas³
José Antônio Da Silva⁴
Johnny Pereira Da Silva⁵
Mariana Alves Araujo⁶
Gevair Campos⁷

RESUMO

A logística é a habilidade de comprar, receber, armazenar, separar, expedir, transportar e entregar o produto/serviço certo, na hora certa, no lugar certo, visando a perfeição operacional com o mínimo custo possível para garantir a satisfação do cliente. O presente trabalho acadêmico tem por objetivo levantar a estrutura da cadeia de suprimentos da empresa Rosa Chiclete que é uma loja de sapatos femininos da cidade de Unaí. A metodologia centra-se na aplicação de pesquisa bibliográfica e de campo. Os resultados obtidos demonstram que a cadeia de suprimentos pode trazer benefícios para empresa e para seus parceiros na busca de vantagem competitiva, trazendo menor custo, gerando valor para o cliente e consequentemente levando a empresa ao sucesso no mercado na qual esta inserida.

Palavras-chave: Logística; Rosa Chiclete; Cadeia de Suprimentos.

ABSTRACT

Logistics is the ability to buy, receive, store, separate, ship, transport and deliver the right product / service, at the right time, in the right place, aiming at operational perfection with the minimum possible cost to guarantee customer satisfaction. The present academic work aims to survey the structure of the supply chain of the company Rosa Chiclete, which is a women's shoes store in the city of Unaí. The methodology focuses on the application of bibliographic and field research. The results obtained demonstrate that the supply chain can bring benefits to the company and its partners in the search for competitive advantage, bringing lower cost, generating value for the customer and consequently leading the company to success in the market in which it operates.

Keywords: Logistics; Bubble Gum; Supply chain.

¹ Graduando em Administração pela Faculdade CNEC Unaí (aamandaferreira02@gmail.com)

² Graduando em Administração pela Faculdade CNEC Unaí (bianca08071@hotmail.com)

³ Graduando em Administração pela Faculdade CNEC Unaí (deniserocha972@gmail.com)

⁴ Graduando em Administração pela Faculdade CNEC Unaí (jose-antonio-unai@hotmail.com)

⁵ Graduando em Administração pela Faculdade CNEC Unaí (johnnypdasilva@hotmail.com)

⁶ Graduando em Administração pela Faculdade CNEC Unaí (marianaaunai@gmail.com)

⁷ Mestre em Agravonegócios (UnB); Bacharel em Administração (INESC) (gevair_1989@hotmail.com)

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, ouve-se frequentemente falar em logística, mas pouco se sabe dizer especificamente do que se trata e qual sua importância no dia a dia. Para esclarecer, pode-se dizer que a logística é a habilidade de comprar, receber, armazenar, separar, expedir, transportar e entregar o produto/serviço certo, na hora certa, no lugar certo, visando à perfeição operacional com o mínimo custo possível para garantir a satisfação do cliente. Todavia, a logística existe desde os primeiros conflitos bélicos da antiguidade, onde líderes militares a utilizavam para transportar uma série de recursos, como alimentos, armamentos e combatentes. Geralmente as guerras ocorriam em direções afastadas, e por isso era necessária uma organização logística, onde as decisões deviam ser muito bem pensadas e planejadas.

Além do mais, a logística não engloba somente as empresas, como também a vida particular das pessoas. Pode-se mencionar, por exemplo, que para uma pessoa tomar uma xícara de café, foi necessário percorrer um grande caminho realizado por produtores, beneficiadores e provedores, para depois seguir para os pontos de venda e ser vendido para consumidor final. À vista disso, percebe-se o quão importante é a logística para as empresas se manterem competitivas no mercado e criar valor para seus clientes, que só é possível quando se conhece as técnicas e os conceitos da logística.

De início é preciso entender a *Supply Chain Management* (SCM - Gestão da Cadeia de Suprimentos), que é uma nova e promissora ferramenta para empresas que visam a obtenção de vantagens competitivas de maneira objetiva, incluindo a gestão de toda a cadeia produtiva de uma forma estratégica e integrada. Determina também que as empresas devem definir suas estratégias competitivas e funcionais de acordo com seus posicionamentos, ou seja, tanto como fornecedores, quanto como clientes, dentro das cadeias produtivas nas quais se encontram.

É fácil encontrar principalmente em pequenas empresas ausência de planejamento logístico eficiente, embora existam também alguns casos em que essas pequenas empresas conseguem desenvolver um plano logístico efetivo. Em vista disso, o presente trabalho parte da seguinte problemática: “Como está estruturada a cadeia de suprimentos de uma empresa no segmento de Sapatos Femininos?”. Tendo como objetivo geral levantar a estrutura da cadeia de suprimentos de uma empresa de Sapatos Femininos da cidade de Unaí, através do mapeamento da estrutura da cadeia de suprimentos de uma empresa do segmento de sapatos femininos da cidade de Unaí, e identificar as regiões de origem dos produtos comercializados pela empresa alvo do estudo.

A empresa estudada neste trabalho foi a Rosa Chiclete, que por sua vez está situada no centro da cidade de Unaí, na Avenida Governador Valadares. Atua no mercado há dois anos, comercializando sapatos, bolsas e acessórios exclusivamente ao público feminino. A missão da empresa consiste em oferecer conforto, bom preço e bom atendimento às clientes, trabalhando com produtos diferenciados e atualizados com a moda.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo constitui a fundamentação teórica desta pesquisa, denotando os principais conceitos e informações básicas, além das principais iniciativas e práticas referentes à logística, distribuição física e o segmento de calçados. Neste contexto, temas

relacionados à logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos são notórios, tomando como base a literatura científica que, por sua vez, compõe o objeto da pesquisa.

2.1 A LOGÍSTICA

Segundo Ballou (2006), logística se define como:

O processo de planejamento, implantação e controle do fluxo eficiente e eficaz de mercadorias, serviços e das informações relativas desde o ponto de origem até o ponto de consumo com o propósito de atender às exigências dos clientes. (p. 27).

Segundo este mesmo raciocínio, o autor apresenta os componentes do sistema logístico, são eles:

Serviços ao cliente, previsão de demanda, comunicações de distribuição, controle de estoque, manuseio de materiais, processamento de pedidos, peças de reposição e serviços de suporte, escolha de locais para fábrica e armazenagem (análise de localização), embalagem, manuseio de produtos devolvidos, reciclagem de sucata, tráfego e transporte, e armazenagem e estocagem (BALLOU, 2006, p. 31).

Como dito anteriormente a logística tem suas bases no militarismo já que as forças militares foram as primeiras formas de organização humana a considerar, de maneira estruturada, o planejamento quanto ao suprimento e movimentação de tropas, transporte de materiais, recrutamento e treinamento de pessoal, contratação de serviços, entre outros.

Apesar disso, foi somente na década de 50 que as empresas passaram a adotar a logística de forma estruturada, através do gerenciamento do fluxo de informações e materiais em suas operações, desde a concepção até a venda de seus produtos. Nascia, então, a Logística Empresarial (BALLOU, 1993).

Conforme definido por Bowersox & Closs (2001) a logística é responsável por agregar utilidade de lugar aos produtos na medida em que deslocam matérias-primas, produtos semiacabados e produtos acabados do ponto de origem ao ponto de consumo. Outro conceito importante é o de tempo: a mercadoria deve estar disponível no momento certo. Um produto não tem tanto valor para o cliente se não estiver disponível precisamente quando é necessário.

Diversas são as atividades da logística. O transporte, a administração de estoques e o processamento de pedidos são considerados atividades primárias, em virtude de sua relevância em relação ao nível de serviço e custos finais (BALLOU, 1993).

As outras atividades são determinadas como atividades secundárias, pois estão associadas às atividades primárias, e contempla a embalagem de transporte, os cuidados com o manuseio, a programação do produto, o fluxo de informações, armazenagem e compras.

Entretanto, é importante observar que, como as funções da logística são largamente interligadas, a boa ou má prestação do serviço de transporte afeta diretamente as outras funções da cadeia logística.

2.2 A DISTRIBUIÇÃO FÍSICA

O planejamento de sistemas de distribuição física de produtos se torna cada vez mais um dos principais desafios para os pesquisadores que atuam na área de transporte, devido à complexidade matemática das soluções dos problemas e pelas decisões tomadas.

A distribuição de produtos é uma das principais atividades das empresas, pois define o sucesso no processo de atendimento aos seus clientes. Um bom planejamento desta atividade pode criar condições para alcançar a eficiência e a confiabilidade no serviço prestado pela empresa, garantindo a satisfação dos clientes e a redução dos seus custos (BOTELHO, 2003). A distribuição deve ser garantida em todos os componentes da cadeia de abastecimento no prazo e com a qualidade determinada. É a distribuição física que efetua o vínculo entre a empresa e seus clientes (BOWERSOX & CLOSS, 2001). Para Demaria (2004), o profissional de logística deve se preocupar em garantir a disponibilidade dos produtos requeridos pelos clientes à medida que eles os solicitem e também em assegurar que isso seja feito a um custo razoável.

Enomoto (2005) cita que a distribuição física está sofrendo grandes transformações à medida que as empresas adotam sistemas de gestão de logística e operações globais, exigindo do mercado de transportes uma melhoria contínua para que seja atendida a demanda crescente.

Neste contexto, conforme Ballou (2001) e Galvão (2003), o gerenciamento da distribuição física se dá em três níveis: estratégico, tático e operacional. Os problemas de roteirização e programação são tratados na fase operacional do sistema de distribuição. Assim, para que a otimização dos roteiros dê resultados satisfatórios é preciso que o sistema tenha sido bem planejado e bem dimensionado nos níveis estratégicos e táticos, altura em que devem ser definidas questões como, por exemplo, a composição da frota e o zoneamento (divisão da região de distribuição em zonas de atendimento) (GALVÃO, 2003).

De acordo com Bertaglia (2003), produtos e materiais são movimentados ao longo da cadeia de abastecimento. A matéria-prima é transportada para as fábricas para se transformar em produto final; em seguida, flui dos fornecedores para os centros de distribuição e daí para os clientes, dependendo do modelo estabelecido pela empresa. O processo de distribuição tem sido foco permanente das organizações uma vez que os custos neles existentes podem ser elevados e as oportunidades são muitas. Novos conceitos de distribuição estão sendo discutidos a fim de obter vantagens competitivas visando colocar os produtos, principalmente bens de consumo, ao alcance dos clientes.

Os centros de distribuição são fundamentais no sistema de logística de uma empresa, situados geralmente em rodovias ou próxima a elas, em locais de fácil acesso a grandes caminhões e carretas, funcionam como peças estratégicas para o abastecimento de lojas ou entregas de produtos aos consumidores finais. Eles multiplicam pelo país, seguindo a rota de expansão das empresas e a necessidade de estar cada vez mais perto do cliente, encurtando distâncias e reduzindo os custos de transporte das mercadorias até o destino final.

Sendo assim, distribuição física é o ramo da logística empresarial que trata da movimentação, estocagem e processamento de pedidos dos produtos finais da firma.

Quando clientes adquirem bens em quantidade suficiente para lotar um veículo, as entregas podem ser feitas diretamente a partir dos vendedores, dos estoques de fábricas ou da linha de produção. Uma vez que os fretes são menores quando cargas completas de veículos vão até uma única localização do cliente, este método de entrega incorre no menor custo total de transporte (NOVAES & ALVARENGA, 2000).

Dessa forma, o sistema de distribuição deve buscar todas e quaisquer artimanhas para agilizar a distribuição do produto a um custo reduzido, aumentando a lucratividade da produção.

2.3 A LOGÍSTICA NO SEGMENTO DE CALÇADOS

O setor calçadista está em expansão no Brasil, principalmente no que se refere a sua importação, o que leva as empresas a investirem em tecnologias diferenciadas para apresentar um melhor desempenho na logística e em todo o seu trabalho de modo geral na competitividade, onde o principal alvo são os consumidores que cada vez mais são exigentes, ou seja, qualquer vantagem que uma empresa venha a oferecer em relação a seus concorrentes pode servir de isca para conquistar seus clientes. No setor calçadista isso não acontece de maneira diferente e por isso este segmento está investindo cada vez mais em ações que visem melhorar seus produtos e condições oferecidas ao consumidor. Com o acirramento da concorrência, as empresas calçadistas precisam oferecer, cada vez mais, produtos diferenciados para que consigam sobreviver em um segmento de tecnologia madura cujos clientes exigem cada vez mais variedade de produtos, como complementa ROCHA *et al* (2009).

Ballou (2006) indica que, quando os produtos vendidos possuem ciclos de vida relativamente curtos, uma distribuição eficiente é vital para que os eles possam se beneficiar ao máximo das fases de crescimento, maturidade e do início da fase de declínio de suas vendas. Também, produtos que possuem baixo quociente valor/peso ou valor/densidade volumétrica demandam altos custos de transporte e de armazenagem.

3 METODOLOGIA

O método de pesquisa utilizado neste trabalho será a pesquisa bibliográfica, que, para Severino (2000) procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema.

Outro método utilizado para pesquisa foi a pesquisa qualitativa. Segundo Minayo (2003), a pesquisa qualitativa, trata-se de uma atividade da ciência, que visa a construção da realidade, mas que se preocupa com as ciências sociais em um nível de realidade que não pode ser quantificado, trabalhando com o universo de crenças, valores, significados e outros, construindo profundas relações que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. Outro meio utilizado na busca das informações foi o estudo de caso do dia a dia das atividades da loja, principalmente por meio de conversas com a vendedora para conhecer o perfil da organização, a natureza de suas atividades, os objetivos e estratégias da empresa em termos de logística, bem como, analisar o contexto interno e externo, no qual a organização está inserida.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para entender a cadeia de suprimentos da loja Rosa Chiclete, devemos saber também o que vem a ser cada um de seus componentes.

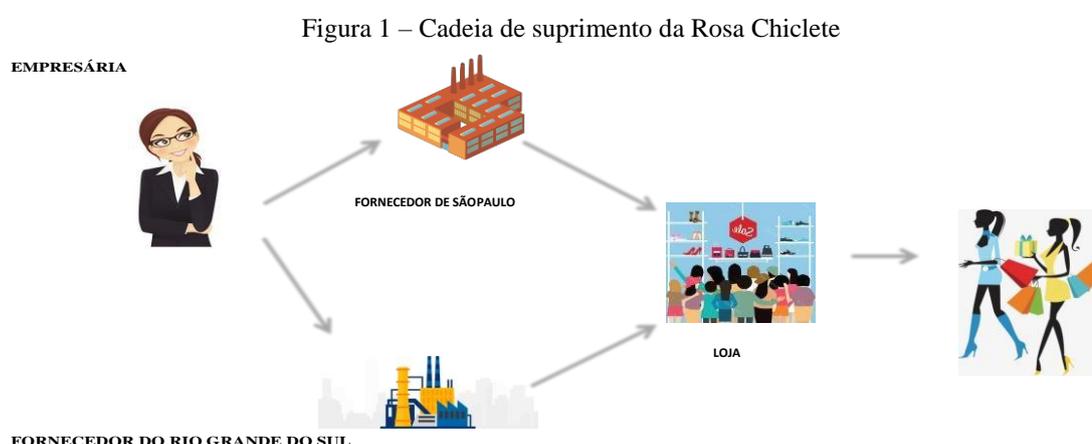
Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. No caso em estudo o fornecedor é

apenas um ponto de compra de produtos acabados prontos pra revenda. A empresa (Rosa Chiclete) recebe mensalmente o representante das marcas das quais a empresa adquire os produtos, sendo elas, Petite Jolie, Renata Melo, Di Cristali, Lure e Biaritz. Eventualmente são feitos pedidos por meio do *whatsapp*. Os pedidos são realizados de acordo com a demanda de cada perfil de cliente, tendência, estação.

A empresa está sempre atenta na moda e fidelizam os clientes com promoções, bom atendimento e técnicas de pós venda.

O Consumidor pode ser uma Pessoa Física ou Pessoa Jurídica, apresentada como Destinatária da NF-e ou NFC-e, que está adquirindo um produto para seu uso, normalmente, produtos em seu estado final de comercialização, como um celular, roupas, acessórios, sapatos e etc.

Entendidos os conceitos de cada componente da cadeia, podemos entrar no caso da loja Rosa Chiclete, na qual a cadeia de suprimentos está ilustrada na figura 1 abaixo:



Fonte: Elaboração própria

Observando a imagem, pode se perceber que a cadeia começa pela empresária, que avalia de acordo com sua demanda quais as necessidades e perfis de clientes ela deve atender, com base nessas informações ela faz contato com seus fornecedores que estão localizados no Rio Grande do Sul e São Paulo, para solicitar a presença de um representante ou realiza o próprio pedido pelo telefone escolhendo as mercadorias que melhor irão agradar e satisfazer suas clientes. Os pedidos demoram cerca de vinte dias para serem entregues na loja e são transportados em caminhões, para então serem disponibilizados para venda às clientes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em relação aos objetivos deste trabalho percebemos que a Rosa Chiclete possui uma cadeia de suprimentos bastante enxuta, devido à própria demanda pequena da loja local pelo produto, e por esta ser somente uma revendedora e não produtora, o que não a impossibilita de ter uma logística considerada eficiente, já que apesar da loja estudada não ter estoque volumoso sempre há disponível para as clientes os diversos modelos produzidos e anunciados nas mídias.

Outra percepção que responde aos objetivos específicos deste estudo diz respeito à localização dos produtores que fornecem a mercadoria para a empresa, no caso da Petite Jolie,

os representantes ficam localizados em São Paulo e no Rio Grande do Sul. Apesar de serem fornecedores consideravelmente distantes, o planejamento da logística dos fabricantes principalmente, possibilita que os pedidos cheguem a tempo.

Ao desenvolver este trabalho observamos o quanto a Cadeia de Suprimentos pode trazer benefícios para empresa e para seus parceiros na busca de vantagem competitiva, uma vez que, faz a integração entre processos logísticos e os processos de outros departamentos para ter eficiência (menor custo) ou diferenciação nas atividades realizadas (geração de valor para o cliente) e conseqüentemente levar a empresa ao sucesso no mercado na qual esta inserida.

REFERÊNCIAS

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de Suprimentos**. 4ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BALLOU, R. H. **Logística empresarial**. São Paulo: Atlas, 1993.

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial**. 5. ed. São Paulo: Bookman, 2006.

BERTAGLIA, Paulo Roberto. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. São Paulo: Saraiva, 2003.

BOTELHO, L. G. **Um método para o planejamento operacional da distribuição: aplicação para casos com abastecimento de grãos líquidos**. 2003.

BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. **Logística Empresarial**. O Processo de integração da cadeia de suprimento. São Paulo: Atlas, 2001.

DEMARIA, M. **O Operador de transporte multimodal como fator de otimização da logística**. 2004. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, UFSC, Florianópolis. 87 p.

ENOMOTO, L. M. **Análise da distribuição física e roteirização em um atacadista do Sul de Minas Gerais**. 2005. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Itajubá – UNIFEI, Itajubá. 141 p.

GALVÃO, L. C. **Dimensionamento de sistemas de distribuição através do diagrama multiplicativo de voronoi com pesos**. 2003. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, UFSC, Florianópolis. 175 p.

MINAYO, M.C. de S. (Org.) **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 22 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

NOVAES, A. Galvão N.; ALVARENGA A. Carlos. **Logística aplicada: suprimento e distribuição física**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

ROCHA, M.S.; NUNES, F. R. M.; MAIA, G.L.; GUIMARÃES, L.R. Impactos da

utilização da estratégia logística de postponement na cadeia logística de calçados da região do Crajubar: um estudo de caso. In: Encontro Nacional de engenharia de Produção, 29., 2009, Salvador. *Anais...*, Salvador: 2009.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 21. ed. São Paulo: Cortez, 2000.