



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA – DAEC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC**

PABLO RANIERY BRITO ARAÚJO

**LOGÍSTICA INTERNA COMO ESTRATÉGIA PARA
DISTRIBUIDORA SIMÕES EM CAMPINA GRANDE – PB**

**CAMPINA GRANDE-PB
2014**

PABLO RANIERY BRITO ARAÚJO

**LOGÍSTICA INTERNA COMO ESTRATÉGIA PARA DISTRIBUIDORA SIMÕES EM
CAMPINA GRANDE – PB**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Estadual
da Paraíba, em cumprimento às
exigências para obtenção do grau de
Bacharel em Administração.

Área de Concentração: Logística

Orientadora: Profa. Dra. Yêda Silveira Martins

Lacerda

CAMPINA GRANDE – PB
2014

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

A6631 Araújo, Pablo Raniery Brito
Logística interna como estratégia para Distribuidora Simões
em Campina Grande – PB [manuscrito] / Pablo Raniery Brito
Araújo. - 2014.
17 p.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Administração EAD) - Universidade Estadual da Paraíba, Pró-
Reitoria de Ensino Médio, Técnico e Educação à Distância, 2014.
"Orientação: Prof^a. Yêda Silveira Martins Lacerda, Secretária
de Educação à Distância".

1. Logística. 2. Logística interna. 3. Estoque. I. Título.
21. ed. CDD 658.7

PABLO RANIERY BRITO ARAÚJO

LOGÍSTICA INTERNA COMO ESTRATÉGIA PARA DISTRIBUIDORA SIMÕES EM
CAMPINA GRANDE - PB

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Estadual
da Paraíba, em cumprimento às
exigências para obtenção do grau de
Bacharel em Administração.

Aprovado em 21 / 11 / 2014

COMISSÃO EXAMINADORA

Yêda Silveira Martins Lacerda

Profa. Dra. Yêda Silveira Martins Lacerda (UEPB)
Orientadora

João Rodrigues dos Santos

Msc. João Rodrigues dos Santos (UEPB)
Examinador

Viviane Barreto Motta Nogueira

Profa. Dra. Viviane Barreto Motta Nogueira (UEPB)
Examinadora

CAMPINA GRANDE - PB

LOGÍSTICA INTERNA COMO ESTRATÉGIA PARA DISTRIBUIDORA SIMÕES EM CAMPINA GRANDE – PB

ARAÚJO, PABLO RANIERY BRITO¹
LACERDA, YÊDA SILVEIRA MARTINS²

RESUMO

Sabe-se que a logística é uma ferramenta de grande relevância que requer ações integradas, sistemáticas e contínuas de comunicação, além de ser um ponto crucial para o sucesso de uma empresa, principalmente quando falamos no contexto da logística interna. O objetivo deste estudo é apresentar um modelo logístico interno para a orientação correta dos procedimentos de recebimento de pedidos, programação de compras, recebimento de materiais, expedição e faturamento para a Distribuidora de Livros Simões. A metodologia utilizada é um estudo de caso de caráter, quanto aos fins: descritiva metodológica que consiste na exploração de um problema para prover os critérios e a compreensão de determinado problema e alcançar uma compreensão das razões e motivações subjacentes, quanto aos meios bibliográficos baseada no método de pesquisa descritivo, que consiste na exploração de um problema para prover os critérios e a compreensão de determinado problema e alcançar uma compreensão das razões e motivações subjacentes. Considerando-se que expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno.

Palavras-chave: Logística, Logística interna, Estoque.

ABSTRACT

It is know that logistics is a tool of great importance that requires integrated, systematic and continuous communication actions, as well as being crucial to the success of a company point, especially when we talk in the context of internal logistics. The aim of this study is to present an internal logistic model to the correct orientation procedures for receiving requests, purchasing scheduling, material receipt, dispatch and billing for Books Distributor Simões. The methodology used is a case study of character, as to the purposes: descriptive methodology that consists of the exploration of a problem to provide the criteria and understanding of a particular problem and to achieve an understanding of the reasons and motivations, how to bibliographic resources based on descriptive research method, which consists in the exploration of a problem to provide the criteria and understanding of a particular problem and achieve an understanding of the reasons and motivations. Considering that exhibits characteristics of a given population or certain phenomenon.

Keywords: Logistics, Internal Logistics, Stock.

¹ Graduando em Administração pela UEPB. E-mail: Pablo_raniery@.com.br

² Professora Orientadora. Doutora em Administração pela USC- PY. E-mail:yedasilveira@hotmail.com

Sumário

1	INTRODUÇÃO	5
2	REFERENCIAL TEÓRICO	6
3	METODOLOGIA	10
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	15
6	REFERÊNCIAS	16

1 INTRODUÇÃO

A Logística Interna caracteriza-se pelo manuseio de materiais, pessoas, embalagens e produtos, bem como sua distribuição no interior da organização e os processos de estocagem.

Porter (1989, pág. 36) define:

Logística interna são atividades associadas ao recebimento, armazenamento e distribuição de insumos no produto, como manuseio de material, armazenagem, controle de estoque, programação de frotas, veículos e devolução para fornecedores.

A logística interna utilizada de maneira eficiente traz diversos benefícios para a empresa, tanto no âmbito financeiro (redução de custos), como no arranjo físico e distribuição de materiais, além da melhoria dos processos de manuseio e movimentação dos itens em estoque. Assim, o estudo sobre o tema elenca as técnicas como ferramenta imprescindível de planejamento das atividades da empresa, mostrando seus resultados positivos em relação ao mercado em que atua.

A Distribuidora Simões foi escolhida por ser uma das empresas mais significativas em sua área de atuação e tem em sua logística interna muitos aspectos a serem analisados desde a chegada do pedido até a expedição. Logo, como se dá a relação da logística interna do estoque de brinquedos pedagógicos na distribuidora Simões?

O estudo tem como objetivo apresentar um modelo logístico interno para a orientação correta do procedimento de recebimento de pedidos, programação de compras, recebimento de materiais, expedição e faturamento.

O tema escolhido continua sendo relevante, principalmente quando se busca entender sua aplicação em um caso específico, de forma que possa ser utilizado como facilitador e integralizador dos processos organizacionais, proporcionando um diferencial competitivo no mercado em que atua.

Este artigo dispõe com a seguinte estrutura: Resumo, Abstract, Introdução, Referencial Teórico, Objeto de Estudo, Metodologia, Apresentação de Resultados, Considerações Finais e Referências.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

2.1 ORIGEM DA LOGÍSTICA

A logística originou-se no século XVIII, no reinado de Luiz XIV. Existia o posto de Marechal – General de Lógis -, responsável pelo suprimento e pelo transporte do material bélico nas batalhas. Segundo Moura (1998), a logística surgiu no Brasil entre as décadas de 1980 e 1990. Ela surgiu em função da mudança na forma com que as organizações viam seus clientes. Até então, acreditava-se que os serviços prestados eram suficientes para atender às necessidades do cliente, sem importar realmente com o que ele queria.

Essa mudança de visão fez com que as empresas procurassem não mais possuir depósitos descentralizados, mas sim centralizados e com maior poder de agilidade na distribuição, provocando uma redução nos estoques, um melhor nível de serviço e uma administração reduzida na loja. A partir desse ponto de vista, o ritmo de mudança acelerou-se e o gerenciamento da cadeia de suprimento tornou-se importante. Essa rápida movimentação dos materiais fez com que a palavra do momento fosse o just-in-time.

2.2 PANORAMA DA LOGÍSTICA

Uma visão mais globalizada da logística é apresentada por Ching (1999). Ele não separa o surgimento da logística de forma regional e a analisa de forma geral, separando-a entre as décadas. Até 1950 não existia uma filosofia dominante para conduzi-la. As empresas dividiam as atividades-chave da logística sob diferentes áreas: o transporte, a distribuição e os estoques, que estavam em gerências diferenciadas tais como produção, finanças e marketing. Para Ching, a logística sempre foi administrada pelas empresas e grande parte do aperfeiçoamento gerencial apareceu após as empresas terem começado o reagrupamento das atividades. Os altos lucros obtidos pelas organizações nessa época fizeram com que a ineficiência da distribuição fosse tolerada.

Entre 1950 e 1970 houve uma decolagem da teoria e da prática da logística. Os teóricos começaram a dizer que não bastava somente a relação compra e venda para o

atendimento das demandas dos clientes, mas era necessário dar importância à distribuição, pois ela interferia diretamente nos custos da organização, tornando assim o argumento básico para que as empresas fizessem o reagrupamento lógico das atividades.

Ching (1999) abordou que, a partir de 1970, a logística empresarial passou para o estágio de semimaturação, já que os princípios básicos amplamente definidos estavam proporcionando benefícios a empresas. Mesmo assim, segundo Ching (1999), a aceitação do mercado ainda era vagarosa, uma vez que as empresas se preocupavam mais com a geração de lucros do que com o controle de custos.

Contudo, algumas forças de mudança e eventos influenciaram cada vez mais a logística. Ele destaca entre elas a competição mundial, a falta de matérias-primas, a súbita elevação nos preços do petróleo e o aumento da inflação mundial. Segundo Ching (1999, p.24), “houve mudança na filosofia que passou de estímulo da demanda para melhor gestão dos suprimentos”.

2.3 LOGÍSTICA INTERNA

A logística interna é apresentada na abordagem de Martins & Campos (2000). Segundo eles, a logística surgiu em 1970 por meio de um de seus aspectos, a distribuição física, tanto a interna como a externa, e a justificam pelas organizações industriais e comerciais terem abandonado o empirismo para abastecer mercados emergentes em um país de dimensões continentais e de uma malha de transportes incipientes.

Ching (1999), quando trata do reagrupamento das atividades como sendo uma das principais consequências para a utilização da logística nas empresas, está tratando do que aconteceu com as ciências da administração.

Alguns autores colocam a logística acima de sua conceituação clássica, segundo o Dicionário Aurélio (1999):

Logística é à parte da arte da guerra que trata do planejamento e da realização de:

a) projeto e desenvolvimento, obtenção, armazenamento, transporte, distribuição, reparação, manutenção e evacuação de material (para fins operativos ou administrativos);

b) recrutamento, incorporação, instrução e adestramento, designação, transporte, bem-estar, evacuação, hospitalização e desligamento de pessoal;

c) aquisição ou construção, reparação, manutenção e operação de instalações e acessórios destinados a ajudar o desempenho de qualquer função militar.

Muitas denominações também são apresentadas para a logística, segundo o Glossário da Logística do IMAN (1998, p. 45-46): Logística contratada; Logística de abastecimento; Logística de distribuição; Logística de manufatura; Logística de terceira parte; Logística integrada; Logística de negócios; Logística organizacional – pode ser tanto dentro da organização (logística interna) até a da organização envolvendo o planejamento e o controle do fluxo do produto desde o seu desenvolvimento e Logística reversa – faz com que os produtos após a sua utilização sigam o caminho contrário para fins de reciclagem.

2.4 CONCEITOS E DEFINIÇÕES DE LOGÍSTICA

Mas o que é logística?

O conceito da essência da palavra foi apresentado conforme o dicionário, mas para os estudos da administração, o que vem a ser a Logística?

Vários autores apresentam definições com enfoques diferenciados.

Para Ching (1999), logístico é um canal de distribuição, sendo entendida como sendo a cadeia de suprimentos.

De acordo com Arnold (1999 p. 23). Baseado na sociedade dos engenheiros de logística (Sole – Society of logistic Engineers), a logística é uma técnica e uma ciência.

Para Chistopher (1989), a logística é um processo.

Para Kobaysch (2000), ela é um sistema, e a inclusão do termo da logística integrada.

Destes autores, selecionamos o conceito de logística apresentado por Ching (1999), onde podemos entender logística como o gerenciamento do fluxo físico de materiais que começa com a fonte de fornecimento no ponto de consumo. É mais do que uma simples preocupação com produtos acabados, o que era a tradicional preocupação da distribuição física.

Na realidade, a logística está preocupada com a fábrica e os locais de estocagem, níveis de estoque e sistema de informação, bem como com seu transporte e armazenamento.

Nessa definição existe a inclusão do conceito da cadeia de suprimento, mostrando a necessidade de uma visão geral de todo o processo produtivo. O autor deixa claro também de quem é a responsabilidade pela gestão da logística, eliminando as confusões existentes entre o conceito de administração de material e logística. Entendemos ainda que esta definição é mais completa, pois privilegia e coloca como foco da logística o atendimento das necessidades dos consumidores.

2.5 OBJETIVO e CARACTERÍSTICA LOGÍSTICA

O objetivo principal da logística é reduzir os custos e maximizar os lucros da organização. Este objetivo é alcançado através da agilidade de informação e flexibilização no atendimento de entrega dos produtos aos consumidores.

Para Ching (1999), a logística representa um fator econômico em virtude da distância existente tanto dos recursos (fornecedores), como de seus consumidores, e esse é um problema que a logística tenta superar. Se ela conseguir diminuir o intervalo entre a sua produção e a demanda, fazendo com que os consumidores tenham bens e serviços quando e onde quiserem e na condição física que desejarem, é comprovado que ambas ganharam.

As principais características da logística são apresentadas pelo IMAM (2000, p.12): A logística representa uma oportunidade ideal para adicionar valor a fim de realizar o sucesso do cliente, isto pode ser por meio:

- Melhoria da qualidade: reduzir inventário; reduzir tempo em trânsito.
- Flexibilidade da embalagem: os clientes recebendo os produtos como desejam.
- Velocidade de resposta: fluxos rápidos de informações e redução de tempo.
- Distribuição coordenada: planejamento dos locais de distribuição.

Essas características apresentam-se na essência da logística para o IMAM (1998, p. 53):

Um processo logístico efetivo é essencial para satisfazer o cliente e ganhar vantagem competitiva. Melhorar a qualidade do serviço que a logística fornece aumenta a satisfação do cliente e apoia a sua lealdade. Isso, por sua vez, leva ao aumento da participação do mercado e a maior margem de lucro. Ao mesmo tempo, focalizar as reais necessidades do cliente elimina custo de serviço não valorizado.

Melhorar a produtividade do processo logístico também reduz custo.

Juntas, essas ações ajudam a tornar os produtos e serviços mais atraentes no mercado.

A logística interna refere-se a todo o processo de recebimento, guarda, controle e distribuição dos materiais utilizados dentro de uma organização. Nas indústrias a logística interna é um fator primordial para a obtenção da eficiência e do aumento nas quantidades produzidas. Nosso objetivo é demonstrar que nas empresas prestadoras de serviço a logística possui tanta importância como tem na indústria. Mintzberg (2000, p. 84-85) destaca a importância das atividades de suporte para a elaboração das estratégias em uma organização quando analisou em seu livro as escolas do processo de elaboração das estratégias. Segundo ele, o autor Porter introduziu uma cadeia de valor (1989p. 33-49): Ela sugere que uma empresa pode ser desagregada em atividades primárias e de suporte. As atividades primárias estão diretamente envolvidas no fluxo de produtos até o cliente, e incluem logística de entrada (recebimento, armazenagem etc), operações (ou transformações), logísticas de saída (processamento de pedidos, distribuição física, etc.), marketing, vendas e serviços (instalações, reparos, etc). As atividades de suporte existem para apoiar as atividades primárias. Elas incluem suprimento, desenvolvimento tecnológico, gerenciamento de recursos humanos e provisão da infraestrutura da empresa (inclusive finanças, contabilidade, administração geral, etc.).

3 METODOLOGIA

A metodologia está associada às formas mais apropriadas para atingir determinados fins. De acordo com Diehl e Tatim (2006, p. 47), “metodologia é definida como um estudo e a avaliação dos diversos métodos, com o propósito de identificar possibilidades e limitações no âmbito de sua aplicação no processo de pesquisa científica”.

Para Gil (2008) pesquisa é um procedimento racional e sistemático que tem como objetivo responder aos problemas que são propostos. Assim, para o autor, a

pesquisa é requerida quando não se disponibiliza de informação suficiente para responder ao problema, ou se a informação disponível se depara em um estado de desordem, não tendo como ser adequadamente relacionada ao problema.

• **Quanto aos fins:**

- **Descritiva**, considerando que “[...] expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. [...]” (idem, p. 47). Neste caso, foi feita a caracterização da organização objeto deste estudo.
- **Metodológica**, pode ser definida como: “o estudo que se refere a instrumentos de captação, ou de manipulação da realidade. Está, portanto associada a caminho, formas, maneiras e procedimentos para atingir determinado fim” (idem, p. 47). Para atingir o objetivo proposto foi utilizado um modelo de marketing de relacionamento proposto por Gonçalves, Jamil e Tavares (2002), conforme citado anteriormente.

• **Quanto aos meios:**

- **Bibliográfica**, que segundo as fontes de informações possibilita a “[...] identificação e análise dos dados escritos em livros, artigos de revista, dentre outros. Sua finalidade é colocar o investigador em contato com o que já se produziu a respeito dos temas [...]” (GONSALVES, op. cit., p. 34). Assim, foram utilizadas fontes bibliográficas de diversos autores que forneceram o embasamento teórico para este trabalho.
- **Estudo de caso**, que segundo os procedimentos de coleta “[...] privilegia um caso particular, uma unidade significativa, considerada suficiente para análise de um fenômeno [...]” (idem, p. 67). Para objeto de estudo levou-se em consideração apenas uma empresa, no caso a Distribuidora Simões, em Campina Grande – PB.

O universo da pesquisa foi A DISTRIBUIDORA SIMÕES, tendo como centro de atenção os processos logísticos internos, onde poderia, através de estratégias sugeridas, influenciar na melhoria dos processos organizacionais logísticos.

Com o consentimento e colaboração da organização, também foi realizado um levantamento das informações históricas e da evolução da Distribuidora Simões.

A seguir, foi efetuada uma pesquisa de levantamento, baseada no método de pesquisa descritivo, que consiste na exploração de um problema para prover os critérios e a compreensão de determinado problema e alcançar uma compreensão das razões e motivações subjacentes.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1 CONSIDERAÇÕES SOBRE DISTRIBUIDORA SIMÕES

A distribuidora foi criada em 1984, pelo seu precursor Paulo Simões, onde abrangia um mercado local. E em 1994, a empresa estava consolidada no ramo de livros em toda a Paraíba, sendo uma referência de mercado. A partir de 2004, com a entrada de um sucessor da administração da empresa, foram realizadas várias muitas mudanças em sua estrutura, desde a ampliação física e de estoques, como também na área de atuação abrangente. Atualmente, a empresa abrange os estados do Ceará, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Paraíba e Bahia. O grande diferencial de mercado da Distribuidora Simões foi sua adaptação às novas necessidades que incluem a entrada de brinquedos pedagógicos como carro chefe da empresa. Os principais produtos ofertadas pela organização são: livros, brinquedos pedagógicos, jogos, material esportivo e instrumentos musicais.

Possui uma demanda de ocupação crescente, em função da divulgação e posicionamento de marca na região, decorrentes de modernizações implementadas nos setores de venda, porém, investindo menos na logística interna e de estoques da empresa, que atualmente não tem um layout definido para o processo.

4.2 MODELO METODOLÓGICO DA PROPOSTA

4.2.1 SITUAÇÃO ENCONTRADA

A empresa possui um sistema de gerenciamento de estoques próprio, utilizando-se tanto da produção puxada (sistema Kanban) quanto empurrada (sistema tradicional de programação das operações). Entretanto, possui uma política que visa ao estoque mínimo até a reposição, para cobrir o lead time do fornecedor e o transit time da mercadoria. As quantidades de itens em estoque são definidas pela necessidade de mercado. Assim, os seguintes pontos foram analisados:

- No **recebimento de pedidos** encontramos que não há um modelo definido para este procedimento, assim, sendo recebido por qualquer funcionário do escritório e encaminhado para um dos responsáveis pela a empresa.
- A **programação de compras**, que não tinha como base o material em estoque de forma precisa, era feita pelo recebimento do pedido sem análise acurada.
- No **recebimento da mercadoria** recebia-se a nota fiscal e encaminhava o material para o estoque, o qual não era categorizado e nem endereçado para o armazenamento.
- Na **expedição**, que não havia diferença do estoque, era entregue o pedido original para a separação e marcação de mercadorias faltantes.
- No **faturamento** era entregue o mesmo pedido original totalmente rasurado para a confecção da nota fiscal.

Apesar de a empresa monitorar seus estoques, ocorrem erros que acarretam a falta de componentes nas entregas ou o excesso de itens em estoque, havendo alterações na programação e, conseqüentemente, há incremento de pedidos ao fornecedor no período firme.

4.2.2 MODELO PROPOSTO

Para propor a implantação de um modelo de marketing de relacionamento, que venha contribuir para o sucesso da organização objeto de estudo, deverão ser desenvolvidas estratégias com ações no recebimento de pedidos, programação de compras, recebimento de mercadoria, expedição e faturamento. Assim, foi levado em consideração, conforme mencionado anteriormente, o modelo proposto por Gonçalves, Jamil e Tavares (2002), apresentado, a seguir

- **Recebimento de pedidos.** O pedido é recebido e analisado pelo analista comercial e para a análise de preços e contato com o cliente para um pós-venda, em seguida encaminhado para um assistente que tira uma cópia do pedido e arquiva-se o original, em seguida digita o pedido criando um espelho do pedido que será encaminhado para o setor de compras. Cria-se um espelho da nota de

conferência que será encaminhado para a expedição, e no mesmo padrão criado um espelho de nota fiscal para se encaminhado ao faturamento.

- **Programação de compras.** Ao receber o pedido o programador deve analisar o pedido, a divisão por fornecedor e cruzar o material do pedido com o material em excesso no estoque para a redução de custos no estoque, passar a previsão de chegada para a expedição, fazer o acompanhamento do pedido para prevenir possíveis atrasos e informar aos setores de expedição e comercial caso ocorra.
- **Recebimento da mercadoria.** O recebimento de materiais ocorre a partir da entrega da NF (Nota Fiscal), por parte da transportadora, que efetua a descarga dos caminhões. Esse material é conferido quanto aos itens e às quantidades recebidas. Caso os materiais recebidos necessitem de inspeção, é acionado o departamento da qualidade. Se não for necessária a inspeção, os materiais são alocados, diretamente, nas áreas categorizadas e endereçadas no estoque. O departamento da qualidade inspeciona os itens nos quesitos nota Fiscal (NF), pedido, quantidade e preços, além das especificações técnicas. Quanto aos itens que não são aprovados, analisa-se a possibilidade de ser aproveitado, se isso ocorrer, os itens vão para estoque. Se o item não for aproveitado, é devolvido ao fornecedor.
- **Expedição.** Responsável pela separação da mercadoria, embalagem, alocação da mercadoria nos veículos e inspeção dos documentos de saídas, caso ocorra divergência de quantidades deve ser acionado o setor de compras para explicação, caso ocorra divergência de documentos deve ser acionado o setor de faturamento para a resolução dos problemas.
- **Faturamento.** Responsável pela confecção da nota fiscal e sua análise de produtos e impostos, documentos de saída de mercadorias da expedição, planilhas de preços, manter as certidões atualizadas e enviar com todas as notas de saídas junto com os recibos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi de grande importância o desenvolvimento deste trabalho, principalmente pelo enfoque na logística interna, considerando que este, é, hoje, uma das ferramentas mais utilizadas, para manter os fluxos internos estáveis e duradouros, gerando um diferencial competitivo na organização.

O estudo realizado sobre a estrutura e funcionamento da Distribuidora Simões constatou que existe a necessidade iminente de melhoria no fluxo de atividades internas.

É indiscutível que o setor de compras e expedição é o centro nervoso da empresa, a parte sensível do contato entre o pedido e o atendimento garantido. É nessa área – onde se estabelece o relacionamento humano mais direto – que se define o sucesso ou o fracasso de uma empresa de distribuição.

Notou-se com o presente estudo, que os colaboradores que fazem parte desses meios, em sua maioria, não dispõem de capacidade técnica em sistemas de gestão avançado. Foi constatado que a Distribuidora Simões necessita de melhorias nesse sentido, para ter condições de receber e preparar pedidos com qualidade, já que para obter a excelência e a satisfação, são necessárias melhorias na estrutura dos estoques e capacitação dos colaboradores.

Observou-se que a empresa dispõe de condições que permitem estar sempre se aprimorando, de forma a obter cada vez mais êxito em suas operações. Realiza constantes investimentos que permitem atender as necessidades do mercado e manter vantagem competitiva perante seus concorrentes.

Para se ter sucesso no mercado atual, é necessário reter clientes, tendo-os como figura central da empresa, pautando todas as suas ações de forma a criar valores que resultem na satisfação. Para isso, é necessário primeiramente conhecer e entender o fluxo interno a fim de identificar quais os gargalos, durante e após o uso do serviço oferecido. Tal pesquisa proporcionou conhecimento aprofundado sobre o tema e experiência para a elaboração de novas pesquisas científicas.

Desta forma, enfatiza-se que a Logística Interna é uma ferramenta indispensável para as empresas que desejam se diferenciar no mercado, mantendo-se rentáveis e competitivas, pois possibilita agregar valores intangíveis aos seus produtos e serviços.

Face ao exposto, espera-se que a sugestão de propor a Distribuidora Simões a implantação de um modelo de logística interna para ter o diferencial no prazo e qualidade das entregas das mercadorias, assim, atraindo e fidelizando clientes,

6 REFERÊNCIAS

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

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento. São Paulo: Atlas, 2001.

CHING, Hong Yuh. Gestão de estoques na cadeia de logística integrada - supply chain. 2a ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CORRÊA, Henrique L.; GIANESI, Irineu G. N. Just in time, MRP II e OPT: um enfoque estratégico. 2a ed. São Paulo: Atlas, 1993.

DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisas em ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisas bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 5a ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3a ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARTINS, P. G.; ALT, P. R. C. Administração de materiais: uma abordagem logística. São Paulo: Atlas, 2001.

Disc. Scientia. Série: Ciências Sociais Aplicadas, Santa Maria, v. 1 , n. 1, p. 63-79, 2005. 79

MARTINS, Petrônio G.; LAUGENI, Fernando P. Administração da produção. São Paulo: Saraiva, 2003.

POZO, Hamilton. Administração de recursos materiais e patrimoniais: uma abordagem logística. 6a ed. São Paulo: Atlas, 2010.

RUSSOMANO, Victor Henrique. PCP: planejamento e controle da produção. 6a ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

TUBINO, Dalvio Ferrari. Manual de planejamento e controle da produção. 2a ed. São Paulo: Atlas, 2007.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3a ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ARNOLD, J. R. T. Administração de materiais. São Paulo: Atlas, 1999.

CHING, H. Y. Gestão de estoques na cadeia de logística integrada. São Paulo: Atlas, 2001.

DIAS, M. A. P. Administração de materiais: uma abordagem logística. São Paulo: Atlas, 2010.

FLEURY, P. F.; WANKE, P.; FIQUEREDO, K. F. Logística empresarial: a perspectiva Brasileira. São Paulo: Atlas, 2008.

IMAM. Glossário da logística: aprenda a moderna logística. São Paulo, 1998. Imam, 1998.

IMAM. Gerenciamento da logística e cadeia de abastecimento. São Paulo, 2000. Imam, 2000.

KOTLER, P. Administração de marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Printice Hall, 2006.

KOBAYASHI, S. Renovação da logística: como definir estratégias de distribuição física global. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, P. G.; CAMPOS, P. R. Administração de materiais e recursos patrimoniais. São Paulo: Saraiva, 2003.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. Safári de estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MOURA, R. A. Check sua logística interna. São Paulo: Imam, 1998.

PORTER, M. E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

SLACK, N. et al. Administração da produção. São Paulo: Atlas, 2005.

STONER, J. A. F.; FREEMAN, R. E. Administração. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

VIANA, J. J. Administração de materiais: um enfoque prático. São Paulo: Atlas, 2000.