



UEPB
Universidade
Estadual da Paraíba

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAIBA
CAMPUS VII – GOVERNADOR ANTÔNIO MARIZ
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

CAMILA DA SILVA ANDRADE

**ANÁLISE DAS ATIVIDADES LOGÍSTICAS SOB A ÓTICA DO CONSUMIDOR: UM
ESTUDO DE CASO NA EMPRESA LATICÍNIOS DA SERRA NA CIDADE DE
PATOS-PB**

**PATOS-PB
2016**

CAMILA DA SILVA ANDRADE

ANÁLISE DAS ATIVIDADES LOGÍSTICAS SOB A ÓTICA DO CONSUMIDOR: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA LATICÍNIOS DA SERRA NA CIDADE DE PATOS-PB

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito para a obtenção de título de bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Msc. Dante Flávio Oliveira Passos

**PATOS-PB
2016**

A554a Andrade, Camila da Silva

Análise das atividades logísticas sob a ótica do consumidor [manuscrito] : um estudo de caso na Empresa Laticínios da Serra na Cidade de Patos - PB / Camila da Silva Andrade. - 2016.

21 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2016.

"Orientação: Prof. Me. Dante Flávio Oliveira Passos, CCEA".

1. Logística. 2. Atividades primárias da gestão. 3. Atividades de apoio da gestão. I. Título.

21. ed. CDD 658.7

Camila da Silva Andrade

ANÁLISE DAS ATIVIDADES LOGÍSTICAS SOB A ÓTICA DO CONSUMIDOR: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA LATICÍNIO DA SERRA NA CIDADE DE PATOS-PB

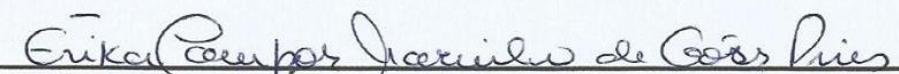
Trabalho de conclusão de curso apresentado à Universidade Estadual da Paraíba como requisito para a obtenção de título de bacharel em Administração.

Aprovado em: 16/05/2016

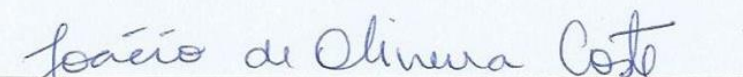
Banca Examinadora



Prof. Msc. Dante Flávio Oliveira Passos /UEPB
Orientador



Professor (a) Msc. Erika Campos Marinho de G. Pires /UEPB
Examinador (a)



Professor (a) Esp. Joácio de Oliveira Costa /UEPB.
Examinador (a)

ANÁLISE DAS ATIVIDADES LOGÍSTICAS SOB A ÓTICA DO CONSUMIDOR: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA LATICÍNIOS DA SERRA NA CIDADE DE PATOS-PB

Camila da Silva Andrade¹
Dante Flávio Oliveira Passos²

RESUMO

A presente pesquisa buscou analisar as atividades logísticas de uma indústria de laticínio sob a ótica de seus consumidores, tendo como base de estudo as atividades primárias e de apoio descritas por Ballou (2011). A pesquisa foi aplicada no Laticínio da Serra, sendo escolhidos como sujeitos de pesquisa os comerciantes da cidade de Patos-PB, que revendem os produtos Da Serra. Para melhor compreender o nível de satisfação do consumidor quanto às atividades logísticas da organização foi aplicada uma abordagem quantitativa e quanto aos objetivos a pesquisa caracteriza-se como descritiva, na qual os resultados foram alcançados por meio da aplicação de um questionário de múltipla escolha acerca da percepção dos consumidores quanto ao nível de serviços logísticos ofertados pela empresa. Os dados foram analisados por meio de uma distribuição de frequência simples e os resultados mostraram uma percepção em grande parte positiva, entretanto alguns pontos foram analisados de forma negativa se mostrando necessária a aplicação de melhorias.

Palavras-chave: Logística. Atividades Primárias. Atividades de Apoio.

1 INTRODUÇÃO

Diante das constantes mudanças nas exigências de mercado, as organizações tem necessitado, continuamente, melhorar seus processos logísticos, adotando novas tecnologias e reorganizando os fluxos para a garantia de sua sobrevivência e de níveis de serviço adequados aos consumidores a um custo competitivo.

Em virtude de tal cenário, pode-se perceber a relevância das operações logísticas no contexto empresarial, que resultam de uma complexa combinação de fatores físicos, humanos e organizacionais, podendo gerar vantagens frente a seus concorrentes, a exemplo da redução de custos.

Logística e operações vem desempenhando papéis importantes nas organizações. Mudanças nas expectativas dos clientes ou na localização geográfica transformam os mercados, que tem gerado, ao lado de tecnologias modernas, novas formas de reorganizar os fluxos. (DORNIER *et al*, 2012)

¹ Graduando em Administração – UEPB – kmyla.andrade@hotmail.com

² Professor Orientador – UEPB – danteflavio@hotmail.com

Quando a administração reconhece que a logística afeta significativamente os custos da empresa e que o resultado das decisões com relação à cadeia de suprimento proporciona diferentes níveis de serviço ao cliente, atinge uma condição de penetrar de maneira mais eficaz em novos mercados, aumentando assim sua fatia de mercado e seus lucros (BALLOU, 2006).

No Brasil, as condições de infraestrutura não são consideradas, muitas vezes, favoráveis, o que acaba elevando consideravelmente o custo de transporte de mercadorias no país e dificulta a gestão de fluxos das empresas. A fim de minimizar os efeitos nocivos causados pela defasada infraestrutura brasileira, os gestores buscam a diminuição do desperdício de recursos materiais e financeiros, além do aumento da eficiência operacional da empresa através da utilização da logística como estratégia competitiva.

Na indústria de laticínio, o sistema logístico se apresenta com características peculiares em consequência das especificidades dos insumos utilizados, principalmente o leite pasteurizado, que contém alto nível de perecibilidade, demandando assim, maiores investimentos na área de transporte e armazenagem. "Estima-se que um terço do suprimento de alimentos perecíveis é perdido durante a distribuição"(BALLOU, 2011, p 23).

A perecibilidade dos produtos exige um maior desempenho e eficiência tanto nos processos, desde a interação com os fornecedores até a entrega, e a falha no sistema logístico de indústrias de lácteos reflete grandes perdas por vencimento e até mesmo por ineficiência no processo produtivo ou armazenagem. É crescente para as indústrias de produtos com curto prazo de validade a tendência da competição baseada no tempo. Isso requer que a gestão de logística e operações esteja organizada, além disso, os processos de manufatura devem estar reestruturados, a fim de colocar os produtos mais rapidamente no ponto final de venda (DORNIER *et al*, 2012).

Diante do que foi apresentado, o presente trabalho traz o seguinte questionamento central: **Qual a análise das atividades logísticas da empresa Laticínios da Serra sob a ótica do consumidor?**

Logo, a presente pesquisa justifica-se pela ampliação teórica dentro do contexto logístico e gerenciamento de fluxos de materiais, identificando as operações, além de sua aplicação específica direcionada a indústrias de laticínios, e com isso, podendo acrescentar ao contexto teórico uma nova lacuna.

As organizações superam a tradição de classificar a logística sob um escopo departamental e passam a enxergá-la como uma fonte de vantagem competitiva adotando uma nova visão geral do sistema. O estudo faz-se relevante também, por representar um instrumento de aprendizado proporcionando resultados aplicáveis a prática, que poderá contribuir para o

desenvolvimento e aprimoramento da empresa em questão.

Portanto, o objetivo deste estudo é analisar as atividades logísticas de uma indústria de laticínios sob a ótica do consumidor. Além disso, pretende-se identificar os principais pontos apontados pelos consumidores sejam eles positivos ou negativos, listar as atividades que podem ser adotadas para melhoria do setor e destacar o nível de serviço logístico que vem sendo ofertado pela empresa.

A fim de alcançar os resultados pretendidos, esta pesquisa utilizou uma abordagem quantitativa e com relação aos objetivos, caracteriza-se como descritiva, sendo o método de pesquisa o estudo de caso. A empresa analisada foi a Laticínios da Serra, sendo abordada uma parcela de seus consumidores, aos quais foi aplicado um questionário de múltipla escolha para a coleta de dados.

O corrente estudo foi estruturado de forma que, após esta introdução serão debatidos os conceitos e aspectos sobre logística e atividades primárias e de apoio com base nos principais autores e pesquisadores do tema. Logo após, nos aspectos metodológicos, serão destacados os procedimentos a serem utilizados para o desenvolvimento da pesquisa e posteriormente será mostrado os principais resultados encontrados, bem como, as considerações finais, enfim listasse as obras consultadas no decorrer do trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ORIGEM E EVOLUÇÃO LOGÍSTICA

A logística tem sido um campo de estudo em plena expansão nas últimas décadas, porém, caracteriza-se como uma nova disciplina de acordo com diversos autores que descrevem o desenvolvimento de sua história dividindo-a em três eras: antes de 1950, entre 1950 e 1970, e após 1970.

Até 1950 as empresas fragmentavam a administração das atividades logísticas, resultando enormes conflitos de objetivos e responsabilidades dessas atividades, não existia uma filosofia dominante para guiar o campo que permanecia em estado de dormência e nem o ambiente econômico tampouco a teoria estavam aptos as mudanças de atitudes necessárias (BALLOU, 2011).

Para Pozo (2010), o ponto de partida para os conceitos logísticos da atualidade foram às atividades logísticas militares na Segunda Guerra Mundial, tais como: o transporte e distribuição de suprimentos das tropas em operação. Inicialmente, o sucesso militar do uso

logístico influenciou apenas as atividades das firmas governamentais, no início dos anos 50.

Apesar de a atividade militar ter influenciado as firmas comerciais apenas alguns anos depois da Segunda Guerra Mundial, em meados de 1945, algumas organizações já haviam colocado o processo de transporte e armazenagem sob a responsabilidade de um único gerente (BALLOU, 2011).

Entre 1950 e 1970 algumas condições econômicas e tecnológicas contribuíram para uma decolagem da teoria e prática da logística, tal como alterações nos padrões e atitudes da demanda dos consumidores. Ocorreram migrações das áreas rurais para as urbanas e do centro das cidades aos subúrbios, os varejistas acompanharam a população criando pontos de vendas adicionais, ocasionando serviços de entrega em uma área metropolitana maior e manutenção maior de estoques totais, aumentando o custo da distribuição (CHING, 2010).

A pressão pela otimização nos custos nas indústrias devido à nova situação econômica do pós-guerra também contribuía para o interesse em logística. Houve crescimento econômico substancial seguido de recessão e prolongada pressão nos lucros das organizações, que fizeram com que os administradores encontrassem na logística uma opção para a redução de custos e melhorias na produtividade e se pode perceber que os custos logísticos eram substanciais (POZO, 2010)

Ballou (2011) acrescenta como mais uma influência para o desenvolvimento logístico os avanços na tecnologia de computadores que acabava de entrar no mundo dos negócios incrementando o uso de modelagem matemática, na qual o modelos que podiam tratar problemas logísticos de forma eficaz foram rapidamente desenvolvidos.

Pode-se ainda destacar nesse período a influência militar, que ainda segundo Ballou (2006, p.40) "muito antes de os negócios começarem a demonstrar grande interesse na coordenação dos processos das cadeias de suprimento, os militares já estavam suficientemente organizados para desempenhar atividades logísticas."

A partir da década de 1970, a logística empresarial passou para o estado de semimaturidade. A aceitação do campo transcorria vagarosamente, porém, na medida em que os preços do petróleo passaram a subir juntamente com a inflação afetando diretamente os custos de transporte e de capital, os assuntos logísticos se tornavam relevantes para a alta administração, que passou a pôr em prática seus conceitos (BALLOU, 2011).

Alguns autores citam ainda o período após o início da década de 1990, quando a logística passou a ser vista como a integração da administração de materiais com a distribuição física, aproximando-se cada vez mais em conceito e em prática com a função de produção.

Coronado (2012) enfatiza esse período citando que as empresas têm experimentado a

logística integrada, ou seja ao invés da logística restringir-se a distribuição física ela transformou-se em uma estratégia empresarial que põem sob o mesmo “guarda-chuva” diversas funções de uma empresa, ou mesmo diversas empresas de uma cadeia de distribuição.

No próximo item serão destacados os conceitos da logística empresarial de acordo com alguns autores que abordam o tema, bem como sua relevância no âmbito empresarial dos dias atuais.

2.2 LOGÍSTICA EMPRESARIAL

A logística Empresarial vem ganhando grande importância estratégica em todas as empresas, esta inclui todas as atividades de movimentação e transferência de informações para que sejam gerenciadas de uma forma totalmente integrada. A mesma deve ser trabalhada com um conjunto de componentes interligados de uma forma coordenada onde seu principal foco é atingir um objetivo comum.

Faria e Costa (2012) classificam a satisfação ao cliente como parte dos objetivos da logística e afirmam que o processo é efetivado quando este objetivo é alcançado. A logística necessita buscar estratégias, planejamento e desenvolvimento de sistemas que lhe assegurem atingir os objetivos.

Ballou (2006) enfatiza a Logística empresarial como sendo um campo relativamente novo do estudo da gestão integrada das áreas tradicionais de finanças, marketing e produção. Pretendendo prover melhor nível de rentabilidade nos serviços de distribuição, através de planejamento, organização e controle das atividades de movimentação e armazenagem, visando facilitar o fluxo dos produtos.

De acordo com Portela (2013), o foco da logística empresarial é maximizar os lucros e evitar os prejuízos, para isso, buscam melhor organização em seus processos internos onde é possível garantir o armazenamento de seus produtos de uma forma correta e sem exageros.

Para que se possa compreender o conceito de logística empresarial, Ballou (2011) define como sendo toda atividade de movimentação e estocagem que auxilia o fluxo de materiais e de informações desde a aquisição da matéria prima até o consumo final com o objetivo de oferecer níveis de serviço adequados a custos razoáveis.

Bowersox *et al* (2014) conceituam a logística como o processo que cria valor pela gestão e pelo posicionamento dos estoques e combina gerenciamento de pedidos, do estoque, do transporte, do depósito, do manuseio de materiais e da embalagem integrados por uma rede de instalações.

É notório que para os autores citados a logística é um assunto vital, e representa um complexo composto de atividades que tem a finalidade de diminuir o hiato entre produção e demanda, de modo a satisfazer as necessidades dos consumidores diminuindo simultaneamente os custos.

A seguir serão descritas as atividades logísticas, onde se destacará os conceitos de cada atividade, além de sua importância para o nível de serviço logístico ofertado pelas organizações.

2.3 ATIVIDADES PRIMÁRIAS E DE APOIO

De acordo com as definições logísticas, suas atividades devem ser vistas por meio de duas grandes ações que são denominadas de atividades primárias e de apoio.

2.3.1 ATIVIDADES PRIMÁRIAS

As atividades primárias são as de importância fundamental para a obtenção dos objetivos logísticos de custo e nível de serviço que o mercado deseja, sendo consideradas primárias por contribuir com a maior parcela do custo total da logística. Ballou (2011) traz uma definição para cada atividade, destacando sua relevância para o resultado final de qualquer operação logística:

- **Transportes**= a atividade de transporte está relacionada aos diversos métodos de se movimentar produtos e insumos e por isso é essencial ao processo logístico, sendo ainda responsável por uma grande parte dos custos logísticos da empresa, ressaltando que existem diversos meios de transportes disponíveis (rodoviário, ferroviário, aeroviário e marítimo sendo que em nosso país ainda existe uma grande predominância pelo modal rodoviário) em termos mundiais, observa-se uma tendência a integração dos diversos modais de transporte.
- **Manutenção de estoques**= para se atingir um grau razoável de disponibilidade de um produto é necessário manter estoques que agem como "amortecedores" entre a oferta e a procura, devendo ser posicionado próximo aos consumidores ou aos pontos de manufatura e sua administração de estoques envolve manter seus níveis tão baixos quanto possível, ao mesmo tempo em que provê a disponibilidade desejada pelo cliente.
- **Processamento de pedidos**= é a atividade que dá início a movimentação dos produtos após a solicitação do cliente, mesmo não sendo uma atividade que representa um custo elevado como as anteriores, esta atividade está relacionada diretamente ao nível de

serviço ofertado aos clientes, logo também é de extrema importância para o processo logístico. O grande desafio do profissional de logística consiste em reduzir o tempo total entre o cliente realizar um pedido e o mesmo ser entregue.

Ballou (2011) destaca essas três atividades como essenciais para cumprir a missão de prover serviço por conseguir mercadorias para os consumidores quando e onde eles quiserem, assim como mostra a figura 1.

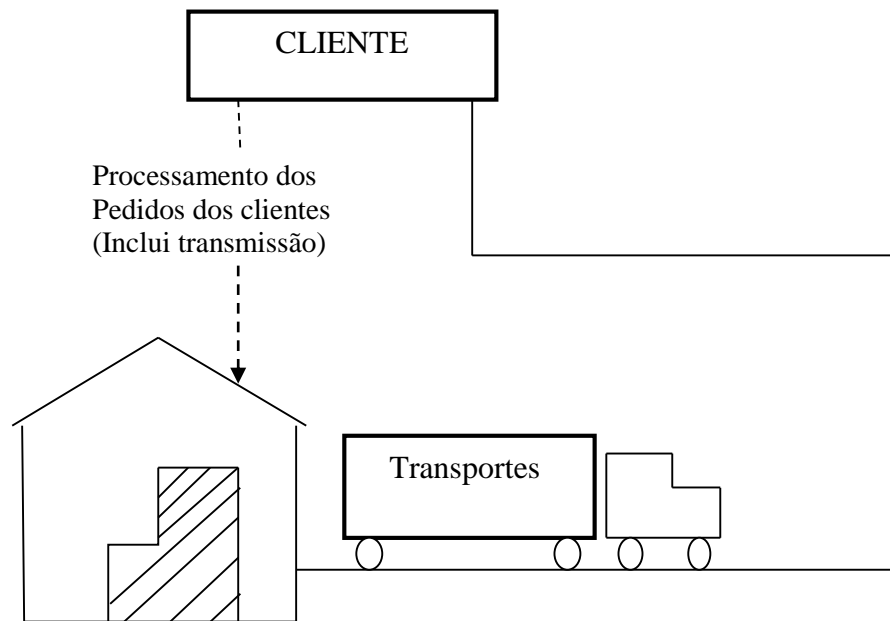


Figura 1: Relação entre as três atividades logísticas primárias para atender aos clientes.
Fonte: Baseada em Ballou, 2011.

A figura destaca a relevância das atividades primárias para o atendimento a demanda e ressalta que o tempo requerido para um cliente receber um pedido depende dessas três atividades que por isso são denominadas como primárias. Ela demonstra o ciclo desde o processamento do pedido, passando pelo armazém onde os estoques são mantidos e por último o transporte que leva o pedido até o cliente.

No próximo item serão apresentadas as atividades de apoio, também chamadas de atividades secundárias, assim como também suas principais definições.

2.3.2 ATIVIDADES DE APOIO

Mesmo as atividades primárias sendo as principais contribuintes para a disponibilidade de bens e serviços, existem ainda uma série de atividades que apóiam estas atividades principais.

Segundo Ching (2010), as atividades de apoio ou secundárias exercem a função de auxiliar as atividades primárias na obtenção dos bens, nos níveis de serviço exigido pelos clientes. Estas atividades são:

- **Armazenagem;**
- **Manuseio de materiais;**
- **Embalagem de proteção;**
- **Obtenção;**
- **Programação de produtos;**
- **Manutenção de informação.**

A figura a seguir destaca o relacionamento entre as atividades primárias e de apoio com o nível de serviço visado:

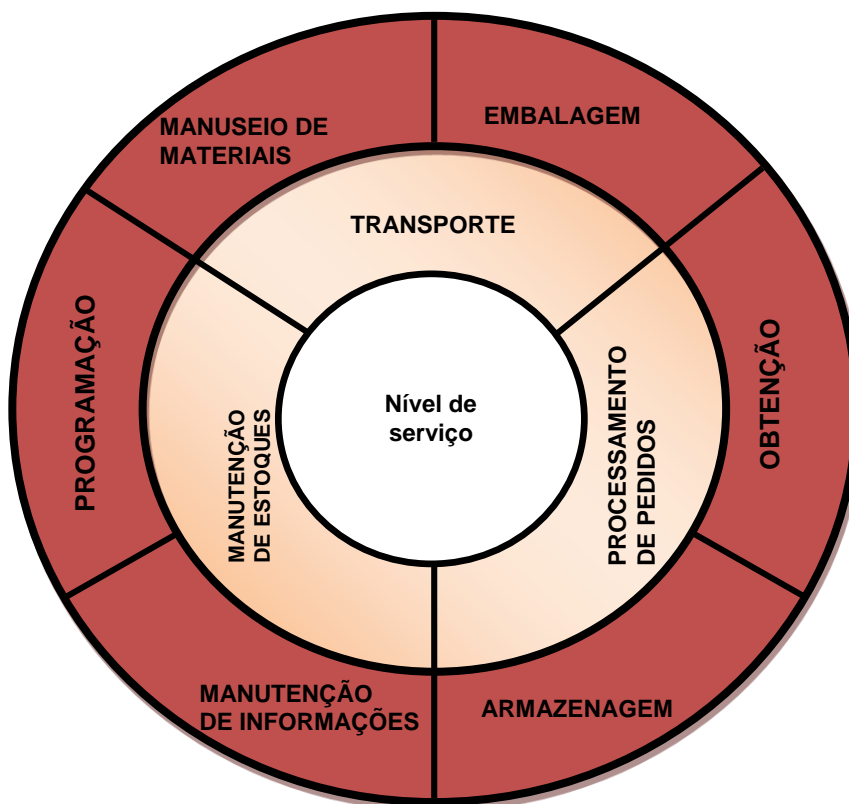


Figura 2: Relação entre as atividades primárias e as de apoio e o nível de serviço almejado.
Fonte: Baseada em Ballou, (2011).

Para uma melhor compreensão do que representa essas atividades citadas será descrito o conceito de cada atividade de apoio de acordo com Ballou (2011):

- **Armazenagem**= refere-se ao espaço necessário para manter os estoques, que podem ser internamente, na fábrica, ou externamente, mais próximo dos clientes.
- **Manuseio de materiais**= também apoia a manutenção de estoques e diz respeito à movimentação do produto no local de armazenagem, que pode ser tanto matéria prima como produtos acabados.
- **Embalagem de proteção**= tem como objetivo a movimentação dos produtos com toda a proteção necessária e sem danificá-los, além de ser economicamente razoável e com dimensões adequadas que possibilitem o manuseio e armazenagem eficientes, sem desperdícios.
- **Obtenção**= é a atividade que deixa o produto disponível para o sistema logístico. Diz respeito à programação das compras e da forma pela qual o produto será comprado. É o procedimento de avaliação e seleção dos fornecedores e quantidades a serem adquiridas.
- **Programação do produto**= refere-se às quantidades que devem ser produzidas e quando, onde e por quem serão fabricadas serão fabricadas. É o processo que possibilitará o cumprimento dos prazos exigidos pelo mercado.
- **Manutenção de informação**= para o correto planejamento e controle logístico é necessário manter uma base de dados com informações relevantes sobre clientes, volume de vendas, padrões de entrega, níveis de estoque e disponibilidade física e financeira que servirão de apoio a uma administração eficiente e eficaz.

É através do ajuste correto entre as atividades primárias e de transporte que a logística vai proporcionar ao consumidor produtos e serviços que satisfaçam suas necessidades, obtendo ganhos significativos a exemplo da redução dos estoques e do tempo médio de entrega.

Após destacar os conceitos da temática em questão, posteriormente será feita uma breve caracterização da empresa estudada.

3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A indústria de beneficiamento Laticínios da Serra está situada no distrito industrial da cidade de Patos, no sertão da Paraíba, sob a natureza jurídica de sociedade empresária limitada e pertence aos empresários Eduardo Dantas Wanderley e Germana Dantas Wanderley, tendo como objetivo o beneficiamento e comércio de leite e derivados.

Suas atividades se iniciaram informalmente no ano de 1997 na cidade de Matureia-PB apenas com o processo de pasteurização de leite de vaca que de início era feito manualmente pelos proprietários e distribuído também por eles, passando a se instalar em Patos alguns anos

depois de sua fundação.

Caracteriza-se atualmente como uma empresa de pequeno porte e conta com onze funcionários fixos, produzindo além do leite pasteurizado integral, que vem representando seu carro-chefe, iogurtes e bebidas lácteas em sabores e tamanhos diversos.

As vendas da empresa conseguem alcançar não apenas a cidade onde está instalada, mas também cerca de trinta cidades do Estado da Paraíba. Sendo a única indústria fabricante de leite pasteurizado em Patos, a empresa atende não apenas pontos comerciais, mas também algumas escolas e órgãos públicos no fornecimento de seus produtos o que se caracteriza como um de seus pontos fortes.

Classifica-se como agroindústria, tendo em vista sua relação comercial com a cadeia produtiva agropecuária e seus principais fornecedores são os pequenos produtores da região, que ordenham o leite de forma manual e o transportam de forma comum, ou seja, em latões não refrigerados até as instalações da empresa, na qual é armazenado em tanques de resfriamento para passar posteriormente pelo processo produtivo.

O êxodo rural e as dificuldades climáticas enfrentadas pela região afetam diretamente a empresa causando, muitas vezes, a diminuição da oferta de sua principal matéria-prima, o que faz com que a organização enfrente diversos problemas logísticos para o cumprimento dos prazos com seus consumidores.

No item a seguir, destaca-se o planejamento acerca dos procedimentos a serem utilizados para o desenvolvimento deste estudo e os métodos escolhidos que trilharão os caminhos a serem seguidos para o alcance do objetivo final.

4 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para o alcance dos objetivos estabelecidos é necessário a definição dos instrumentos e procedimentos que serão utilizados na investigação. E para tanto utilizou-se no presente estudo quanto à abordagem, um enfoque quantitativo no qual os métodos de pesquisa se baseiam principalmente no paradigma positivista onde a racionalidade predomina. Para Gil (2008) a pesquisa quantitativa é objetiva e lida com o que é possível quantificar, traduz opiniões e números em informações que serão analisadas e classificadas, e os dados são quantificados estatisticamente." Na pesquisa quantitativa, os dados são representados por métricas quantitativas, tendo como elemento de apoio central a linguagem matemática como sua forma de expressão e tratamento"(GONÇALVES, 2004, p.59).

Do ponto de vista de seus objetivos, pode-se definir a presente pesquisa como descritiva,

que para os autores Kauark, Manhães e Medeiros (2010) tem o objetivo de descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de Levantamento.

Optou-se como procedimentos técnicos o estudo de caso que, segundo Gil (2010), é o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetivos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos. "Os estudos de caso são métodos adotados para explicar os fenômenos ou problemas que apresentam características peculiares, alguma idiossincrasia com destaque que justifique o esforço da pesquisa"(GONÇALVES, 2004, p. 64).

"Para que se possa avaliar a qualidade dos resultados de uma pesquisa, torna-se necessário saber como os dados foram obtidos, bem como os procedimentos adotados em sua análise e interpretação." (GIL, 2010, p. 28). Para tanto foi utilizado como instrumento de coleta de dados um questionário contendo vinte e seis questões de múltipla escolha e para a construção do mesmo foi empregado como variáveis de pesquisa as atividades logísticas primárias e de apoio descritas por Ballou (2011) que serviram como base para elaboração das questões.

Os sujeitos de pesquisa escolhidos para a aplicação do questionário foram os consumidores da empresa Laticínios da Serra, que no caso são consumidores intermediários, visto que, são varejistas que revendem os produtos da empresa. Estes foram levados a classificar em uma escala que vai de péssimo a excelente as atividades logísticas oferecidas pela organização estudada.

O questionário foi aplicado no período de 27 à 30 de Abril de 2015 e o tamanho da amostra foi determinado de forma aleatória, por aceitabilidade, logo conseguiu-se analisar as opiniões de 60 consumidores da cidade de Patos-PB, que foi a cidade escolhida para a aplicação do estudo devido à maior facilidade de acesso, além de ser a única onde são vendidos todos os produtos disponíveis na empresa.

Uma vez aplicado o questionário, os dados foram tratados por meio de uma distribuição de frequência simples que auxiliou a elaboração de tabelas necessárias para a análise dos resultados, possibilitando uma melhor ilustração dos dados a serem interpretados.

5 RESULTADO DA PESQUISA

Tendo em vista o cumprimento do objetivo da pesquisa, o presente estudo buscou averiguar a análise das atividades logísticas sob a ótica do consumidor, tendo como base de

estudo as atividades logísticas primárias e de apoio. Atividades estas de fundamental relevância para o cumprimento da missão da organização.

Para isso optou-se pela aplicação de um questionário de múltipla escolha a respeito da temática abordada, onde os consumidores puderam expor sua opinião classificando sua satisfação com a atividade abordada em uma escala que vai de péssimo a excelente.

Nos tópicos que seguem serão expostas tabelas com as questões que foram levantadas aos consumidores de acordo com a variável de pesquisa correspondente e o resultado encontrado para cada questão.

5.1 TRANSPORTE

Inicialmente os sujeitos de pesquisa foram levados a opinar acerca do meio de transporte utilizado e optou-se por destacar os maiores percentuais alcançados para melhor compreensão dos resultados, destacando assim as principais opiniões reveladas com a pesquisa como pode ser visto na tabela 01:

TABELA 01: Resultado da percepção do consumidor sob a atividade de transporte

VARIÁVEL DE PESQUISA		Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Excelente
TRANSPORTE	Nível de satisfação com o meio de transporte utilizado pela empresa para entrega dos produtos.	2%	3%	18%	62%	15%
	Adequação do transporte com as especificidades do produto.	0%	12%	36%	40%	12%
	Aspectos estéticos e higiênicos do carro de entregas.	3%	10%	45%	32%	10%

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Foi identificado um bom nível de satisfação com o meio de transporte utilizado, porém acerca da adequação do transporte com as especificidades dos produtos e quanto aos aspectos estéticos e higiênicos do mesmo obteve-se números equiparados entre regular e bom, revelando assim a existência de falhas na atividade abordada e uma possível necessidade de aplicação de melhorias.

A atividade de transporte é de grande importância para as empresas, tendo em vista os custos que podem ser gerados caso não seja bem executada, por tanto é necessário a adequação do modal utilizado com a especificidades dos produtos transportados, principalmente se tratando de produtos com curto prazo de validade.

Pozo (2010) destaca que na falta de um bom sistema de transporte o mercado limita-se à produção local, por outro lado, com melhores serviços de transporte o custo de mercados distantes torna-se competitivo.

Ademais, destaca-se a insatisfação divulgada pelos consumidores com os aspectos estéticos e higiênicos do transporte, tendo em vista a relevância de uma boa imagem passada pela organização. Portanto, cabe aos gestores melhorar a atividade de transporte nos pontos onde foram identificada uma maior insatisfação. A limpeza periódica e manutenção da boa aparência do carro de entregas são exemplos de ações a serem adotadas.

5.2 MANUTENÇÃO DE ESTOQUES

A próxima tabela descreve os resultados encontrados ao questionar os consumidores quanto a manutenção dos estoques. As questões foram elaboradas de forma a compreender o controle da organização com o mesmo de acordo com a opinião dos consumidores.

TABELA 02:Resultado da percepção do consumidor sob a atividade de manutenção de estoques

VARIÁVEL DE PESQUISA		Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Excelente
MANUTENÇÃO DE ESTOQUES	Atenção da empresa com o prazo de validade dos produtos.	3%	3%	12%	57%	27%
	Disponibilidade dos produtos.	7%	13%	27%	35%	18%
	Eficiência das trocas efetuadas.	2%	2%	5%	53%	38%

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Os resultados expostos na tabela 02 destacam de uma forma geral um bom resultado quanto a atenção da empresa com a validade dos produtos e quanto a eficiência das trocas que representa uma vantagem competitiva para a empresa estudada, pois isso significa que a mesma vem fornecendo produtos novos que foram produzidos a pouco tempo disponibilizando assim um bom prazo para que seja comercializado.

Ballou (2011) enfatiza a importância dessa atividade afirmando que a manutenção de estoques se faz necessária para assegurar a disponibilidade de mercadorias e minimizar os custos totais de produção e distribuição.

Quanto a disponibilidade dos produtos, os resultados revelam uma falha, tendo em vista que os números encontram-se emparelhados entre regular e bom, despertando assim a necessidade de uma maior atenção com o controle dos estoques, para que estejam disponíveis

aos consumidores no momento em que são solicitados, pois os mesmos necessitam de curtos prazos de ressurgimento.

5.3 PROCESSAMENTO DE PEDIDOS

A seguir foram levantadas questões envolvendo os principais aspectos do processamento de pedidos descritos na tabela 03.

TABELA 03: Resultado da percepção do consumidor sob a atividade de processamento de pedidos

VARIÁVEL DE PESQUISA		Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Excelente
PROCESSAMENTO DE PEDIDOS	Eficiência do processamento de pedidos da organização.	0%	2%	13%	68%	17%
	Tempo de espera entre a emissão do pedido e a efetivação da entrega.	0%	2%	12%	43%	43%
	Atendimento do representante de vendas responsável pela emissão de pedidos.	2%	0%	8%	52%	38%

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Ao analisar a tabela percebe-se um bom resultado o que representa que a organização já vem oferecendo um bom nível de serviço. Tendo em vista que o objetivo do processamento de pedidos é obter o máximo de velocidade e precisão no atendimento a demanda pode-se afirmar que a tabela revela um ponto forte para a empresa, tendo em vista a satisfação com o serviço demonstrada pelos respondentes.

O processamento de pedidos é de grande importância, já que faz parte do tempo de ciclo total, que é o elemento-chave do nível de serviço oferecido aos clientes tornando-se bastante importante que o serviço seja bem executado.

“Os sistemas de processamento de pedidos permitem gerenciar e operacionalizar as diferentes etapas do ciclo de pedido, além disso, são a espinha dorsal da logística já que permitem coordenar os *trade-offs* de custo e de serviço entre diferentes operações” (WANKE, 2011, p. 18)

5.4 ARMAZENAGEM

A fim de compreender a visão dos consumidores da Laticínio da Serra sobre seu serviço

de armazenagem foram elaboradas as questões reproduzidas na tabela 04, buscando analisar a forma com que seus produtos são armazenados.

TABELA 04: Resultado da percepção do consumidor sob a atividade de armazenagem

VARIÁVEL DE PESQUISA		Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Excelente
ARMAZENAGEM	Adequação da armazenagem dos produtos.	0%	3%	32%	53%	12%
	Temperatura em que são entregues os produtos.	2%	5%	17%	56%	20%
	A forma como o promotor de vendas organiza os produtos no ponto de venda.	40%	3%	27%	22%	8%

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Os resultados em destaque revelam quanto a armazenagem dos produtos e a temperatura em que são entregues que os clientes já demonstram uma satisfação com os mesmos, porém, em contrapartida, vale ressaltar que 40% dos sujeitos de pesquisa apontaram como péssima a forma como o promotor de vendas organiza os produtos, o que revela uma insatisfação com o mesmo que ocupa uma função crucial na forma como os produtos são armazenados no ponto de venda.

A atividade em questão trata do espaço necessário para armazenagem dos produtos, neste caso o promotor é responsável por organizar os produtos nesses espaços direto no ponto de venda. Ao identificar falhas no serviço por meio da insatisfação dos consumidores, percebe-se a necessidade de estabelecer melhorias, tais como, disponibilizar um treinamento específico para a função que mesmo ocupa, onde ele seria capacitado a organizar os produtos da melhor forma possível nos pontos de vendas.

Coronado (2012) enfatiza a importância da atividade de armazenagem ao citar que a mesma é voltada a garantia da qualidade dos produtos depositados em um local e visa reter mercadorias como ativo de organização para obter benefícios, tal como a valorização dos produtos.

5.5 MANUSEIO DE MATERIAIS

As questões da tabela 05 foram elaboradas a fim de avaliar a variável manuseio de materiais por meio da satisfação do consumidor quanto ao serviço prestado pela empresa estudada, essa atividade trata da movimentação dos materiais no local de armazenagem e será avaliada de acordo com a classificação estabelecida pelos consumidores abordados.

TABELA 05:Resultado da percepção do consumidor sob a atividade de manuseio de materiais

VARIÁVEL DE PESQUISA		Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Excelente
MANUSEIO DE MATERIAIS	Estética e higienização das caixas utilizadas para manuseio da mercadoria.	2%	13%	33%	40%	12%
	Serviço de descarregamento.	2%	5%	13%	65%	15%
	Fardamento e preparação do entregador.	7%	25%	22%	41%	5%

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Ao analisar a variável pode-se perceber que quanto a estética e higienização das caixas utilizadas para manuseio dos materiais, os resultados obtidos transparecem certa insatisfação dos consumidores ao identificar que os maiores números obtidos estão equiparados entre regular e bom, deixando claro a necessidade de uma maior atenção com a manutenção periódica da higienização dessas caixas, ou mesmo a renovação das mesmas.

Acerca do serviço de descarregamento, este obteve um resultado satisfatório, porém ao analisar os resultados quanto ao fardamento e preparo do entregador os resultados se mostram concentrados entre bom e ruim, neste quesito os respondentes dividiram suas opiniões levando a crer que exista uma lacuna acerca do preparo do funcionário tornando necessário investimentos nesse setor para uma boa imagem do pessoal, diante disso, pode-se citar algumas das atitudes cabíveis como a aquisição de novos fardamentos, além da implantação de períodos de treinamentos voltados para o preparo e capacitação daquele que atua na função.

De acordo com Faria e Costa (2012) o que ajuda a aperfeiçoar a movimentação dos materiais é a redução dos movimentos normais, a eliminação dos retrocessos, a manutenção de controle visual além do uso de acessórios nas empilhadeiras que melhorem a produtividade.

5.6 EMBALAGEM DE PROTEÇÃO

Posteriormente aborda-se a embalagem de proteção como está exposto na tabela 06:

TABELA 06:Resultado da percepção do consumidor sob a embalagem de proteção

VARIÁVEL DE PESQUISA		Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Excelente
EMBALAGEM DE PROTEÇÃO	Embalagem do produto de acordo com o designer.	0%	8%	17%	43%	32%
	Resistência da embalagem.	5%	7%	18%	48%	22%
	Variedade de tamanhos.	3%	12%	28%	40%	17%
	Qualidade da embalagem.	3%	2%	23%	55%	17%

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Nesse item os consumidores foram levados a classificar a embalagem quanto ao designer, a resistência, a variedade e a qualidade. De um modo geral pode-se afirmar que a maior parte dos respondentes classificaram a atividade de forma favorável em todas as questões acerca da modalidade, exceto quanto a variedade onde os maiores percentuais encontram-se entre regular e bom levando a crer que haja a necessidade de uma maior variedade de tamanhos de embalagens disponibilizada ao mercado.

Numa visão global pode-se constatar um resultado satisfatório tendo em vista a importância que a embalagem ocupa para um bom nível do serviço. (POZO, 2010) confirma esse pensamento afirmando que a embalagem tem forte influência sobre a decisão do consumidor e é um componente protetor do produto, que facilita seu manuseio, conservando-o, evitando a danificação do mesmo, ajudando em sua venda e até mesmo proporcionando benefícios adicionais.

5.7 OBTENÇÃO

A tabela 07 descreve os resultados da percepção dos consumidores dos produtos da Serra a respeito da atividade logística de obtenção.

TABELA 07:Resultado da percepção do consumidor sob a atividade de obtenção

VARIÁVEL DE PESQUISA		Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Excelente
OBTENÇÃO	Confiabilidade transmitida pela empresa a respeito de seus principais fornecedores.	2%	7%	40%	38%	13%

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

A atividade em questão trata de compras, portanto, buscou-se compreender a confiabilidade transmitida pela empresa a respeito de seus principais fornecedores, ao analisar os números obteve-se que os maiores percentuais estão emparelhados entre regular e bom, ou seja, podem estar havendo falhas nessa atividade. Uma ação a ser adotada seria uma maior transparência transmitida pela empresa a seus consumidores a respeito de quem são seus principais fornecedores aumentando, assim, a confiabilidade dos mesmos na qualidade do produto.

A empresa deve decidir o papel de compras e fornecimento em sua estratégia geral, escolher a forma organizacional apropriada para seu departamento de compras e uma estratégia de relacionamento com o fornecedor (DORNIER, 2012, p. 98)

5.8 PROGRAMAÇÃO DE PRODUTOS

A programação de produtos deve prover as mercadorias certas no instante e local necessário para a manufatura. Contudo, buscou-se compreender a opinião do consumidor acerca das atividades envolvidas diretamente com a programação de produtos, assim como pode ser visto na tabela 08:

TABELA 08: Resultado da percepção do consumidor sob a atividade de programação dos produtos

VARIÁVEL DE PESQUISA		Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Excelente
PROGRAMAÇÃO DE PRODUTOS	Entregas da organização se comparada a concorrência.	1%	7%	22%	55%	15%
	Tempo que o serviço de entrega leva para entregar a mercadoria.	0%	0%	12%	51%	37%
	Cumprimento dos prazos estabelecidos.	0%	5%	13%	57%	25%

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

A atividade em questão trata basicamente do planejamento do que produzir, quando e onde produzir. No geral, buscou-se extrair a visão do consumidor acerca de um serviço logístico interno, mas que reflete externamente e os resultados obtidos se mostraram favoráveis tendo em vista que nas três questões mais da metade dos sujeitos de pesquisa classificaram como bom, ou seja, pode-se afirmar que a organização já vem ofertando um bom nível de serviço quanto a atividade abordada, sendo necessário apenas que este nível seja mantido.

Dornier (2012) cita que a política de serviço ao cliente inclui disponibilidade de estoques e velocidade de entrega, portanto, é necessário que haja a programação de produtos, isto é, o planejamento prévio das quantidades que serão produzidas de acordo com a previsão de vendas para garantia de disponibilidade de estoques que supram a demanda.

5.9 MANUTENÇÃO DA INFORMAÇÃO

O item a seguir destaca os resultados obtidos ao abordar os consumidores com questões relacionadas a atividade logística de apoio manutenção da informação, como se pode ver na tabela 09 que traz em destaque a análise dessa variável de pesquisa que trata de manter uma base de dados com informações importantes que irão auxiliar na execução de todas demais atividades estudadas e portanto ocupa um papel crucial para um bom nível de serviços logísticos nas empresas.

TABELA 09:Resultado da percepção do consumidor sob a atividade de manutenção de informação

VARIÁVEL DE PESQUISA		Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Excelente
MANUTENÇÃO DE INFORMAÇÃO	Meios de comunicação direta com a empresa.	2%	3%	32%	46%	17%
	Domínio de informações do tipo: histórico de pedidos.	0%	2%	41%	45%	12%
	Contato mantido pela empresa com seus consumidores.	8%	20%	22%	30%	20%

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

As questões elaboradas buscavam entender se a empresa mantinha uma comunicação com seus consumidores, se eles possuíam informações importantes, tais como, histórico de pedidos e ainda se existiam canais de comunicação possibilitando o contato com do consumidor com a mesma.

Constatou-se que, apesar da maior parte das opiniões classificarem como bom, em contrapartida, obteve-se uma parcela expressiva de clientes em que a visão da atividade foi tida como regular. Diante disso, verifica-se certa deficiência nessa atividade, surgindo assim a necessidade de melhorias, a exemplo da criação de um canal de comunicação direta com seus consumidores e um maior controle em obter e manter informações em uma base de dados, além disso torna-se necessário o contato periódico da empresa com seus consumidores tendo em vista a relevância da atividade.

Dornier (2012) enfatiza que o fluxo de informações está tornando-se uma ferramenta de gestão cada vez mais importante e que a tendência na gestão logística tem sido investir em processamento de dados, sistemas de informação e recursos de telecomunicação para melhor administrar seus processos.

Os resultados da pesquisa trouxeram um apanhado geral da análise dos consumidores sobre as atividades logísticas primárias e de apoio da empresa Laticínios da Serra. Contudo, pode-se perceber que estas tem sido vistas de forma satisfatória pelos seus consumidores. No entanto, em contrapartida detectou-se a existência de alguns pontos nos quais foram identificadas a insatisfação dos clientes onde é necessária a aplicação de ações que possam vir a elevar o nível de serviço.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou analisar as atividades logísticas da empresa Laticínios da Serra sob a ótica do consumidor com base nas atividades primárias e de apoio descritas por Ballou (2011),

procurando compreender o nível de serviço ofertado pela empresa de acordo com a visão de seus clientes. No decorrer da pesquisa foram identificados pontos positivos e negativos, sendo que a maior parte das atividades executadas foi classificada de forma positiva.

A união das atividades primárias e de apoio bem executadas geram um bom nível de serviço logístico, todavia, os pontos negativos que foram identificados com a aplicação da pesquisa necessitam ser melhorados para que haja o correto ajuste entre as atividades gerando assim um bom nível de serviço logístico.

Observou-se ainda que grande parte das variáveis de pesquisa que envolviam diretamente os funcionários da empresa obtiveram um resultado de certa forma insatisfatório, a exemplo dos resultados obtidos quando questionado o preparo do promotor de vendas e o preparo e fardamento do entregador, o que leva a crer que possa existir uma falha na atenção com a equipe que executa esse trabalho.

Contudo, cabe ao gestor adotar melhorias que possibilite o aprimoramento dessas atividades, principalmente nos tópicos que demonstraram uma maior insatisfação. Para tanto algumas das ações que podem ser executadas já foram citadas no decorrer deste artigo. Além disso, vale ressaltar a importância de manter o nível de serviço daquelas que já vem sendo vistas positivamente.

Tendo em vista a relevância do tema que se aplica a maioria das organizações, espera-se que a abordagem do mesmo não se finde nessa pesquisa, para isso se sugere a realização de novos estudos dentro desse contexto, podendo ser analisada essas atividades sob a ótica dos gestores e funcionários do setor, realizando assim um embate dos resultados.

Quanto às limitações encontradas na construção desse trabalho, pode-se citar as delimitações impostas pela estrutura de um artigo científico, além disso destaca-se o deslocamento da pesquisadora, tendo em vista a distância entre os pontos de vendas onde foram aplicados os questionários demandando assim um prazo maior para a aplicação dos mesmos.

Sendo considerado um tema atual e, sobretudo, que contribui para o sucesso da organização, tornam-se diversas as possibilidades de novas pesquisas e se almeja que o presente estudo venha a contribuir tanto para as empresas quanto para os estudiosos da área de Logística.

REFERÊNCIAS

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos: logística empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

_____. **Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física**.

São Paulo: Atlas, 2011.

BOWERSOX, D. J. et al. **Gestão logística da cadeia de suprimentos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

CHING, H. Y. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada - Supplychain**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CORONADO, O. **Logística integrada: modelo de gestão**. São Paulo: Atlas, 2012.

DONIER, P. et al. **Logística e operações globais: textos e casos**. São Paulo: Atlas, 2012.

FARIA, A. C. ; COSTA, M. F.G. **Gestão de custos logísticos**. São Paulo: Atlas, 2012.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GONÇALVES, C. A. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

KAUARK, F.; MANHÃES, F. C.; MEDEIROS, C. H. **Metodologia da pesquisa: Um guia prático**. Itabuna: Via Litterarum, 2010.

PORTELA, A. **Logística empresarial**. 2013. Disponível em <
<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/logistica-empresarial/72886/>> Acesso em: 08 de Dezembro de 2015.

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

WANKE, P. **Gestão de estoques na cadeia de suprimento: decisões e modelos quantitativos**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ABSTRACT

This research aimed to analyze the logistics activities of a dairy industry from the perspective of its customers, with the study based on the primary activities and support described by Ballou (2011). The search was conducted in the Laticínio Da Serra, being chosen as research subjects traders in the city of Patos-PB, which resell Da Serra products. To better understand consumer satisfaction level as the logistics activities of the organization a quantitative approach was applied and about the research goals is characterized as descriptive, in which the results were achieved through the application of a multiple choice questionnaire about consumer perceptions about the level of logistics services offered by the company. Data were analyzed by means of a simple frequency distribution and the results showed a positive perception in large part, though some points were analyzed negatively proving necessary to apply improvements.

Keywords: Logistics. Primary activities. Support Activities.