



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

JOSÉ NESTOR DE ALCÂNTARA GONDIM SEGUNDO

**ESTRUTURA LOGÍSTICA: ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA
DISTRIBUIDORA DA PARAÍBA**

João Pessoa

2023

JOSÉ NESTOR DE ALCÂNTARA GONDIM SEGUNDO

**ESTRUTURA LOGÍSTICA: ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA
DISTRIBUIDORA DA PARAÍBA**



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientador(a): Prof Dr. Robson Oliveira Lima

JOÃO PESSOA
2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP
Biblioteca Nilo Peçanha – IFPB, *Campus* João Pessoa

G637e	<p>Gondim Segundo, José Nestor de Alcântara Estrutura logística: estudo de caso de uma empresa distribuidora da Paraíba / José Nestor de Alcântara Gondim Segundo. – 2023. 32 f.</p> <p>TCC (Graduação – Bacharelado em Administração) – Instituto Federal da Paraíba – IFPB / Unidade Acadêmica de Gestão e Negócios – UAG, 2023.</p> <p>Orientador: Prof Dr. Robson Oliveira Lima.</p> <p>1. Logística. 2. Administração de materiais. 3. Warehouse Management System. I. Título.</p> <p>CDU 658.7</p>
-------	--

Bibliotecária responsável Ivanise Andrade Melo de Almeida – CRB15/96

FOLHA DE APROVAÇÃO**JOSÉ NESTOR DE ALCÂNTARA GONDIM SEGUNDO**

20181460082

ESTRUTURA LOGÍSTICA: ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA DISTRIBUIDORA DA PARAÍBA**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO** apresentado em 27/11/2023no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.**Resultado: APROVADO****BANCA EXAMINADORA:***(assinaturas eletrônicas via SUAP)***Dr Robson Oliveira Lima (IFPB)**

Orientador(a)

Me. Herbert Jose Cavalcanti de Souza (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Dra. Patricia Soares de Araujo Carvalho (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- Robson Oliveira Lima, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLÓGICO, em 30/11/2023 13:07:26.
- Patricia Soares de Araujo Carvalho, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLÓGICO, em 30/11/2023 14:35:22.
- Herbert Jose Cavalcanti de Souza, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLÓGICO, em 04/12/2023 07:39:31.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 29/11/2023. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código: 502283
Verificador: 360580502
Código de Autenticação:



JOSÉ NESTOR DE ALCÂNTARA GONDIM SEGUNDO

**ESTRUTURA LOGÍSTICA: ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA
DISTRIBUIDORA DA PARAÍBA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
apresentado ao Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso
Superior de Bacharelado em Administração, como
requisito institucional para a obtenção do Grau de
Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Robson Oliveira Lima (IFPB)

Orientador

Profa. Dra. Patrícia Soares de Araújo Carvalho (IFPB)

Examinadora interna

Prof. Me. Herbert José Cavalcanti de Souza (IFPB)

Examinador interno

AGRADECIMENTOS

Os agradecimentos deste trabalho de conclusão de curso vão primeiramente para Deus, que me deu a oportunidade e saúde para estudar.

Agradeço a minha família, principalmente aos meus pais por ter me dado a oportunidade e todo suporte de estudar durante a minha vida acadêmica, sempre com tanto esforço.

A minha noiva e ao meu irmão por tanta paciência durante o tempo que eu estava desenvolvendo o TCC, por toda motivação, carinho, e por sempre acreditar em mim, sempre me aconselhando.

Por fim, e não menos importante, agradeço a Robson, por toda paciência em ser meu orientador durante este fim de ciclo na orientação do Trabalho de Conclusão de Curso e a todos os professores que fizeram parte desta etapa em minha vida.

“Não podemos prever o futuro, mas podemos criá-lo.” (Paul Pilzer)

RESUMO

Este trabalho consiste em abordagens de conceitos voltados à logística de uma distribuidora e todos os setores que a compõem, de forma a contribuir para a aplicação do processo dentro de uma distribuidora e suas possíveis melhorias, facilitando assim uma melhor produtividade de seus colaboradores, sendo interno ou externo a empresa. Com os conceitos abordados, será possível explicar e estruturar uma empresa de distribuição logística no estado da Paraíba que distribuem grandes marcas conceituadas a nível nacional e internacional. Através de uma pesquisa qualitativa e quantitativa, será observado que melhorias nos processos internos e externos da distribuidora, bem como o WMS, afetam diretamente os números e a produtividade de seus colaboradores, minimizando perdas.

Palavras-chave: Logística, Distribuidora, Paraíba.

ABSTRACT

This work consists of approaching concepts focused on the logistics of a distributor and all the sectors that compose it, in order to contribute to the application of the process within a distributor and its possible improvements, thus facilitating a better productivity of its employees, being internal or outside the company. With the concepts addressed, it will be possible to explain and structure a logistics distribution company in the state of Paraíba that distributes large renowned brands at national and international level. Through qualitative and quantitative research, it will be observed that improvements in the distributor's internal and external processes directly affect the numbers and productivity of its employees.

Keywords: Logistics. Distributor. Paraíba

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Relação da frota própria da Ultra.....	26
TABELA 2: Investimentos no armazém em 2022.....	27
TABELA 3: Acompanhamento de perdas 2021 x 2022.....	27
TABELA 4: Sell-Out geral 2021 x 2022.....	29
TABELA 5: Cobertura efetivada x objetivo 2022.....	29

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GW: Sistema de gerenciamento de projetos e custos de frotas

TI: Tecnologia da Informação

ICMS: Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

IPI: Imposto sobre Produtos Industrializados

RH: Recursos Humanos

WMS: Warehouse Management System

SUMÁRIO

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
2.1. Logística.....	16
2.1.1. Transportes	17
2.1.2. Armazenagem.....	19
2.1.3. Tecnologia da Informação.....	20
2.1.4. Warehouse Management System	23
3. METODOLOGIA.....	24
3.1. Caracterização da pesquisa.....	24
3.2. Universo, Amostragem e Amostra.....	25
3.3 Instrumento de coleta de dados	25
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS	26
4.1. Caracterização do mercado e da empresa analisada.....	26
4.3 Distribuições	27
4.3.1 - Linha de frios e bebidas	27
4.3.2 - Linha PetCare.....	27
4.4 Transportes.....	27
4.4 Armazenagem.....	28
4.5 Tecnologia da informação	30
4.6 Comercial.....	30
4.7 Administrativo	32
4.8 Implementação do WMS.....	32
5. CONCLUSÃO.....	33
REFERÊNCIAS	34

1. INTRODUÇÃO

1.1. DEFINIÇÃO DO TEMA

“Após a Segunda Guerra Mundial, a indústria procurou preencher importantes lacunas de demanda existentes no mercado consumidor (automóveis, eletrodomésticos, bebidas, etc.). Nesta primeira fase da logística, o estoque era elemento-chave no balanceamento da cadeia de suprimento” (NOVAES, 2015, p. 63). A Revolução Industrial foi um acontecimento na história que ocorreram várias transformações e inovações no meio de logística, tendo como maior dificuldade a distribuição em massa. Os principais métodos utilizados para conter estas dificuldades foram as inovações tecnológicas, melhorias nos meios de transportes, nas formas de comunicação e na informação.

A logística de distribuição é uma área de atividade dinâmica, que trata do caminho do produto desde sua criação até o consumidor final. A definição da melhor rota é algo complexo, pois deve considerar aspectos logísticos como a distância, condições de estradas, possibilidade de tráfego, entre outros. Todo o processo logístico, desde a produção até o cliente final (pessoa física) é bastante alinhado, programado e acompanhado. Passa-se pelo processo de produção, qualidade, embalagem, muitas vezes, o produto da fábrica é transportado para um atacado (a exemplo de empresas distribuidoras) e a partir daí, é distribuído para o varejista (a exemplo dos mercados), para então ser vendido ao cliente final.

Com a globalização e o aumento da competitividade, e ainda considerando o aumento dos custos de insumos, como os provocados pela pandemia do COVID-19, a logística se torna uma temática indispensável para as empresas, pois quando bem gerida, permite às empresas a diminuição dos seus custos operacionais, e conseqüentemente, aumento da rentabilidade — produzindo uma maior lucratividade.

Vale salientar a importância do ramo de distribuição no Brasil e no mundo, tendo em vista as empresas distribuidoras que fazem chegar a mercadoria até as empresas varejistas, e conseqüentemente, ao consumidor final. Referente ao canal de distribuição de frios, marcas como Sadia, Perdigão e Seara são grandes nomes do mercado de frios e embutidos, com várias crescentes nacionais e internacionais. Nomes como Atacadão, Grupo Martins e Tambasa estão entre as principais empresas de distribuição de alimentos do Brasil, com um faturamento anual que ultrapassa os R\$ 62,7 bilhões anuais em 2022.

Dessa forma, o presente trabalho se propõe a responder a seguinte questão-problema:

“Como se desenvolve as atividades de uma empresa do ramo de distribuição logística a partir de um estudo de caso da empresa Ultra Comércio e Distribuição, uma empresa de multissetores de distribuição no estado da Paraíba, sendo a linha de alimentos, bebidas e petcare, tendo como referência seu trabalho de logística e distribuição dentro do estado da Paraíba.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo Geral

Disto isso, o objetivo geral deste trabalho é descrever e compreender o processo de adoção de ferramenta de atual cenário da atividade de logística e distribuição, tendo como base a implementação do sistema WMS (Warehouse Management System) numa empresa de logística e Distribuição no Estado da Paraíba.

1.2.2. Objetivos específicos

Desta forma, os objetivos específicos deste presente trabalho são:

- Explicar a implementação do WMS no armazém de uma empresa de distribuição;
- Caracterização dos setores que compõem uma empresa de distribuição;
- Importância e funcionalidade de cada setor numa empresa de logística e distribuição;

1.3. JUSTIFICATIVA

A empresa estudada possui diversos produtos a serem entregues em locais distintos dentro do estado da Paraíba e dispõe de alguns veículos para essas entregas. Segundo avaliações internas, sua maior dificuldade representa a definição da melhor combinação de cargas a serem transportadas, em qual veículo e qual melhor caminho a ser percorrido.

Nos dias atuais, a distribuição física de produtos passou a ocupar um papel de destaque nos problemas logísticos das empresas. Isso se deve, de um lado, ao custo crescente do dinheiro que força as empresas a reduzir os estoques e a agilizar o manuseio, transporte e distribuição de seus produtos, mas há outros fatores importantes que não podem ser esquecidos, como, por exemplo, a concorrência entre as empresas, o que exerce pressão sobre as firmas para produzir melhores níveis de serviço no atendimento dos clientes, tendo em vista a disputa do mercado por um bom produto e um bom tempo de entrega. O propósito deste

trabalho é relatar como é constituída uma empresa de distribuição. Neste caso, de alimentos, bebidas e da linha *pet care* e como cada setor desta empresa se comporta para o melhor resultado na principal operação dela, que são as entregas aos clientes finais. Porém, para um produto ser entregue, existem diversos fatores e setores que antecedem o resultado final, que são primordiais para o funcionamento da cadeia empresarial da Ultra, ao exemplo dos setores comercial, administrativo, tecnologia da informação, recursos humanos, transportes e armazém, que serão estudados neste presente trabalho.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção serão desenvolvidos os conceitos de logística e seus processos, contemplando também os demais setores que constituem uma distribuidora logística, que são os setores de transportes, armazenagem, tecnologia da informação, administrativo e comercial.

2.1. Logística

Logística significa entregar a parte física do processo de compra e venda, fazer e respeitar toda uma cadeia para que o cliente receba sua devida mercadoria. Segundo Ballou (2006), a logística agrega valor a produtos e serviços essenciais para a satisfação do consumidor e o aumento das vendas. A logística empresarial é um campo relativamente novo do estudo da gestão integrada, das áreas tradicionais das finanças, marketing e produção.

Assim, a logística é responsável por gerenciar a movimentação de produtos, serviços e informações entre fornecedores e clientes, garantindo que os produtos e serviços necessários cheguem aos clientes nas melhores condições. Nesse sentido, as distribuidoras desempenham um papel crucial na cadeia de suprimentos, sendo essenciais no processo que envolve desde a produção até a entrega ao cliente final. Isso inclui o armazenamento dos produtos na fábrica, transporte até o Centro de Distribuição (CD) parceiro ou próprio da marca.

Tendo em vista que o fluxo de uma mercadoria tem que ser acompanhado desde o ponto da compra de matéria-prima na fábrica, na transformação do produto (gerando estoque na fábrica), na venda do produto para uma distribuidora, na expedição e entrega do produto. Após este processo, tem-se a chegada do produto no distribuidor, fazendo com que seja entregue até o varejista e conseqüentemente ao consumidor final.

Ainda segundo Ballou (2006), a Logística/Cadeia de Suprimentos é um conjunto de atividades funcionais (transportes, controle de estoques, etc.) que se repetem inúmeras vezes ao longo do canal pelo qual matérias-primas vão sendo convertidas em produtos acabados, aos quais se agrega valor ao consumidor.

Uma vez que as fontes de matérias-primas, fábricas e pontos de venda em geral não têm a mesma localização e o canal representa uma sequência de etapas de produção, as atividades logísticas podem ser repetidas várias vezes até um produto chegar ao mercado. Então, as atividades logísticas se repetem à medida que produtos usados são transformados a montante no canal logístico.

Já a distribuição advém da atividade de comércio, que representa levar os produtos para

os lugares certos, definindo assim os canais de distribuições, que vão desde a saída do produto na fábrica até sua entrega final ao consumidor. Algumas vezes, o produto é despachado da fábrica para o depósito de um atacadista. Noutras vezes, o produto é transportado do fabricante para o centro de distribuição do varejista. São também comuns os casos em que o fabricante abastece diretamente a loja de varejo

Segundo Novaes (2007) é a logística que dá condições reais de garantir a posse do produto, por parte do consumidor, no momento desejado. Com isso, a complexidade das operações logísticas estão cada vez maiores, tendo em vista, um mundo mais globalizado, ao exemplo das importações e exportações de mercadorias entre países.

Os componentes e processos logísticos é subdividido no serviço prestado ao cliente, tendo uma previsão de demanda (pedido de venda ao cliente), lançamento de pedido no sistema, separação e expedição da mercadoria, programação de embarque no caminhão da empresa, agendamento e desembarque da mercadoria no cliente, entrega do produto.

2.1.1. Transportes

Existem vários tipos de transportes dentre uma logística e distribuição de produtos de uma empresa. As mais comuns são o transporte em modal rodoviário e cabotagem, porém, ainda existe o modo aéreo e ferroviário. Bowersox e Closs (2001) afirmam que “a importância relativa de cada tipo pode ser medida pela distância coberta pelo sistema, pelo volume de tráfego, pela receita e pela natureza da composição do tráfego”.

No século XIX, o modal ferroviário era o mais comum no Brasil, a exemplo da construção da estrada de Ferro Petrópolis, que ligava o Porto Mauá à Fragoso, no Rio de Janeiro. A expansão ferroviária, contudo, foi desacelerada no Brasil a partir de questões políticas e escolhas, que buscavam priorizar o modelo rodoviário.

Segundo Castioglini (2014):

O modal rodoviário é o mais expressivo no transporte de cargas no Brasil e atinge praticamente todos os pontos do território nacional. Com a implantação da indústria automobilística na década de 1950 e a pavimentação das principais rodovias, o modo rodoviário, se expandiu rapidamente e hoje domina o transporte de mercadoria no país.

Com as transformações no processo produtivo e a integração crescente da economia mundial, a produção de bens e serviços extravasou o âmbito das fronteiras regionais e nacionais.

Segundo o Anuário CNT do Transporte 2022, dentro do modelo de transportes rodoviários existem 291.134 empresas de logística registradas, 556 cooperativas e 917.742 autônomos no setor rodoviário registrados no ano de 2022. Segundo o mesmo Anuário, o

modelo de transporte ferroviário permitiu o transporte de 506,8 milhões de cargas em 2020; já a modal de transporte aquaviário permitiu o transporte de 288,8 milhões de toneladas via cabotagem no ano de 2021, tendo um crescimento de 6,3% com relação ao ano anterior; o transporte aeroviário transportou 968,6 milhões de toneladas de carga para Correios e demais transportadoras no ano de 2021, um aumento de 34,1% comparado ao ano anterior.

Portanto, atualmente o modal rodoviário é mais utilizado, tendo em vista que as empresas optam bastante por esse modelo. O modal de cabotagem é um dos que têm menor custo de operação, porém, o *lead time* (tempo de entrega) da mercadoria ao cliente é bem maior comparado aos demais modelos, sendo mais apto para exportações de mercadorias. Desses citados, o modal aéreo é o que tem maior custo, com isso, ele se torna menos utilizado dos demais, porém o *lead time* é bem menor comparado, por exemplo, ao rodoviário.

No Brasil, o tipo de transporte mais utilizado é o modal rodoviário, por ter um custo benefício (*lead time vs valor do frete*) mais barato do que os demais, sendo assim, é o maior responsável por transportar as cargas das indústrias até as distribuidoras, e das distribuidoras até ao varejista. Tendo diversos modos de transportes, sendo eles, rodoviário, cabotagem, aéreo, e, em alguns países, o transporte ferroviário.

O transporte é, obviamente, um dos mais importantes elos das cadeias logísticas, as quais exigem técnicas modernas de acondicionamento, manuseio, estocagem, transferência e movimentação de mercadorias. Além de todas as preocupações e observações citadas acima, também existe toda a precaução e regularização do veículo que fará o transporte, bem como a parte mecânica e fiscal.

Como todo setor de uma empresa precisa de um planejamento, o setor de transportes não é diferente. Neste caso, um bom planejamento de transportes rodoviário significa permitir que o gestor tenha vários caminhões a sua disposição, que é a principal ferramenta do setor, para que possam montar cargas de entregas e roteirização delas. Mas para que isso aconteça, a manutenção preventiva dos veículos necessita estar em dia, os documentos dos veículos precisam estar regularizados juntamente ao Detran, os veículos precisam estar adequados à operação.

Na grande maioria das empresas, o setor de transportes é um gerente de transporte, coordenador, analistas mecânicos, motoristas e ajudantes de entregas. Um bom planejamento logístico também consiste no cálculo e no raciocínio lógico das operações, fatores estes, que influem diretamente nos resultados do cliente. Contratando serviços qualificados de logística de transporte e distribuição, a empresa tem inúmeras vantagens, como a economia de tempo e a não sobrecarga de funções dos colaboradores, que poderiam ter que se encarregar de atividades excessivas no processo de organização.

Os principais indicadores de desempenho do setor de transportes são:

- Entrega dos produtos certos, no lugar certo
- Condições adequadas e conservação dos veículos
- Controle das avarias
- Cumprimento de prazos
- Economia de combustível
- Otimização nas entregas e custos de fretes com veículos agregados

Realizar o gerenciamento de frete corretamente é crucial para evitar prejuízos. Nessa etapa, são realizados cálculos de frete considerando as informações identificadas para a demanda apresentada. Isso inclui o dimensionamento da carga (cubagem), expedição dos produtos e monitoramento remoto da frota até a entrega ao cliente.

2.1.2. Armazenagem

A armazenagem é a administração do espaço necessário para receber, movimentar e manter os estoques. O planejamento de armazéns inclui localização, dimensionamento de área, arranjo físico, docas de cargas e descargas, equipamentos para movimentação, tipo e sistema de armazenagem, sistemas informatizados para localização de estoques e mão-de-obra disponível.

Tem como atividades principais o recebimento, a estocagem e a expedição de matérias-primas e produtos aos seus locais de destino (PAOLESCHI, 2014). Sendo assim, o setor de armazenagem em uma empresa do ramo de distribuição, é de extrema importância, tendo em vista que a forma de recebimento, estocagem e expedição da mercadoria afeta diretamente no modelo e excelência de serviço prestado pela empresa aos seus clientes e fornecedores, pois, muitas distribuidoras são representantes de marcas nacionalmente e internacionalmente conhecidas.

Normalmente as atividades de estocagem não agregam valor ao produto, podendo, em alguns casos, até mesmo aumentar significativamente os custos do mesmo. Por outro lado, se utilizada de forma adequada, a armazenagem pode se constituir em uma importante vantagem competitiva (MOURA, 1997, p.3) para uma empresa de distribuição. Com isso, o armazenamento de produtos poderá dispor ao comprador da empresa um poder de barganha maior no ato da compra, aumentando a quantidade de compra de um produto, seguindo assim seu planejamento e limite de estocagem de um determinado item.

As empresas precisam ter pré-definidas o layout para o armazenamento, implementando

assim um sistema de endereçamento de sku's (produtos), uma estrutura de armazenagem para colocar a mercadoria, um sistema de cadastros e entradas de produtos juntamente com o de faturamento (saídas), equipamentos para movimentação da mercadoria, que são as empilhadeiras e paleteiras, e além do mais, a mão de obra para desempenhar a função no depósito (auxiliar de logística). Alguns exemplos de estruturas de armazenagem são os porta *pallets*, *drive-in*, *push-back*, estantes, entre outros. O modelo de estrutura mais comum em distribuidoras são os porta-pallets, seguido dos *drive-in*. Os porta-pallets tem um custo benefício mais atrativo, já o *drive-in* é uma estrutura mais completa e complexa, sendo apenas implementada em grandes distribuidoras.

O recebimento das mercadorias é a porta de entrada para os estoques. Assim sendo, é uma etapa que precisa ser organizada com antecedência para garantir que o acesso até os *paletes* ocorra de forma correta. O gestor e a sua equipe podem agilizar esse processo organizando o local de desembarque para receber os caminhões.

Também, garantir que os transportadores se posicionem corretamente para realizar o descarregamento com segurança. É fundamental que, nessa fase, a empresa faça uso dos equipamentos adequados para facilitar a retirada e a movimentação dos paletes. Após o recebimento das mercadorias, os operadores precisam fazer a verificação dos produtos, que é um procedimento importante, que serve para garantir que as informações prestadas na nota e o endereço do remetente e destinatário estão realmente corretos. Assim que for confirmada a legitimidade dos documentos, os operadores podem direcionar os itens para a estocagem, esses devem aguardar até o procedimento de identificação, onde os colaboradores devem realizar a identificação e os lançamentos dos produtos. Essa etapa requer o máximo de cuidado, e isso para que os dados das mercadorias sejam inseridos corretamente no sistema de armazenagem da empresa.

As informações contidas no *software* devem bater com os dados de cada produto, para servir de suporte na otimização de tarefas futuras como, por exemplo, elaboração de inventários ou localização dos itens para a comercialização. A separação de produtos ocorre quando os paletes são desfeitos e as mercadorias precisam ser fracionadas. Essa etapa costuma ser bastante trabalhosa, uma vez que os itens têm de ser diferenciados, selecionados e distribuídos individualmente.

2.1.3. Tecnologia da Informação

O setor de tecnologia da Informação está inserido normalmente dentro do setor administrativo de uma empresa no ramo, que geralmente é bastante abrangente, podendo contar

com, além do setor de TI, com os setores de armazém e transportes, como já informado nos tópicos acima. O setor de compras, setor de apoio de vendas, setor de recursos humanos, entre outros, são setores que completam o administrativo da empresa.

O setor de compras é composto por assistentes, analistas e compradores, que são responsáveis pelas compras de insumos e principalmente mercadorias para revendas da empresa. O setor também é o responsável pela conferência do pedido com a nota fiscal emitida pelo fornecedor, conferência de tributação do produto e da nota, verificação se os impostos (ICMS, IPI) estão corretos na nota fiscal, são responsáveis também pela formação do preço de venda dos produtos, tendo como base o preço de compra com os impostos, mais a margem desejada pela empresa para aquele produto, formando assim por fim, o preço de venda.

O setor de apoio de vendas fornece um apoio a equipe de vendas externas da empresa, fornecendo relatórios de vendas, coberturas (número de clientes atendidos), evolução de vendas por dia e tendência de vendas para um determinado mês. O colaborador deste setor é primordial para que as informações sejam repassadas rapidamente para que a equipe e a empresa não percam vendas futuras, sabendo assim, após os relatórios, onde precisa melhorar ou não.

O setor de recursos humanos é o setor responsável pelas contratações dos colaboradores de todos os setores da empresa. Este setor é o que antecede os demais setores, tendo em vista sua importância de treinamentos de funcionários, busca por benefícios para os colaboradores, prospecção de carreira para o colaborador, ou seja, gerindo pessoas. O gestor deve ter sempre um espírito crítico, uma opinião própria e uma grande capacidade de flexibilização, tendo em vista as grandes e rápidas transformações sociais que ocorrem no mundo, como a globalização.

Assim, as soluções e procedimentos de problemas e conflitos é algo presente na realidade da empresa e faz necessários encaminhamentos imediatos a fim de que não tragam novos problemas. Segundo Maquiavel, em *O príncipe*, o governante, o gestor, deve ter capacidade de prever os fatos e encaminhar soluções para que tal fato não ocorra, e se ocorrer, a solução deve ser rápida, se não o fato pode ir aumentando de tal forma que não haja mais solução.

O setor comercial é de extrema importância para uma empresa. Apesar de vendas e *marketing* parecem sinônimos, a venda é efetivamente um dos muitos componentes do marketing. Nos negócios, uma definição tradicional de venda refere-se à comunicação de informações para persuadir um cliente potencial a comprar algo (CHARLES M.,2014). Os profissionais de vendas tendem a dar grande importância ao preço, que faz parte do composto de marketing, pois uma variação para cima ou para baixo pode inibir como estimular as vendas. “A qualidade fica depois que o comprador se esquece do preço”, como diz Henry Royce, um dos fundadores da marca de automóveis Rolls Royce.

A habilidade conceitual é a capacidade cognitiva de vermos o processo de vendas como um todo e a relação existente entre suas partes. Ela abrange a capacidade de pensamento e planejamento do vendedor. Envolve saber onde o produto do vendedor se enquadra no negócio do cliente ou como o início de uma apresentação de vendas se interrelacionam com a solicitação do pedido. As habilidades conceituais habilitam o vendedor a pensar estrategicamente para entender o produto, a apresentação, o comprador e a empresa compradora (CHARLES M, 2014)

Contudo, com o ambiente empresarial cada vez mais competitivo, a tecnologia de informação, quando bem utilizada, torna-se um diferencial para as empresas que buscam a excelência do atendimento ao cliente. Dessa forma, cada vez mais as empresas procuram alternativas para facilitar o gerenciamento de suas atividades, visando aumentar o controle e obter informações precisas que possam, de fato, agilizar a tomada de decisões e, conseqüentemente, melhorar o nível de serviço prestado (FLEURY et al, 2000). No ramo de distribuição não é diferente, uma empresa desse ramo tendo uma boa equipe e uma boa estrutura de TI pode-se destacar no mercado em que atua, podendo gerar informações precisas e conclusivas sobre o mercado (externo) e indicadores (interno).

Os KPI's de cada setor na empresa, pode ser identificado através de planilhas, relatórios que são gerados principalmente pelos analistas de T.I. através do sistema empresarial, para que os gestores responsáveis possam medir e gerir a equipe. Na era da informação, na qual a tendência é a substituição dos papéis pelos computadores, manter um registro organizado e facilmente acessível de todas essas informações está diretamente ligado com o aumento da agilidade, da eficiência e da qualidade do serviço oferecido por uma marca. Ao proporcionar ferramentas de fácil usabilidade para a gestão das informações administrativas, uma TI bem estruturada possibilita, entre outras coisas, a redução de custos e da velocidade operacional, redução da falta de material, melhoria da qualidade do serviço e do atendimento aos clientes e maior precisão nos níveis de estoque.

A automatização proporcionada pela TI evita que processos manuais tenham que ser executados, o que gera uma redução considerável de falhas humanas, além de identificar erros e propor a melhor solução para resolvê-los. Os custos operacionais também são mitigados, considerando que quanto menores as falhas, mais baixos serão os custos.

O processo de distribuição física de produtor incorpora, nas pontas, um roteiro de coleta ou de entrega, em que o veículo visita um certo número de clientes localizados numa determinada zona (NOVAES, 1994). Com a grande velocidade que as informações circulam atualmente, o gestor de T.I. precisa-se sempre estar atualizado nas modernidades atuais do ramo em que está inserido. Existem vários aplicativos, um exemplo é o Fusiontrak, que é um sistema de roteirização de entregas e monitoramento de rotas da frota da empresa. Com este aplicativo,

pode-se verificar em tempo real a verdadeira localização em que o veículo da frota se encontra.

O setor de T.I. numa empresa no ramo de distribuição também é responsável pelo sistema de vendas dos vendedores da empresa, facilitando assim as anotações de pedidos, prazos de pagamentos e envios dos pedidos para faturamentos. Um exemplo de um sistema de venda é a Trinity, que disponibiliza para os vendedores o catálogo de todos os produtos cadastrados pela empresa contratante, com o estoque sendo visto em tempo real, juntamente com os preços de cada produto e prazos de pagamentos de cada cliente, conforme o cadastro.

2.1.4. Warehouse Management System

Além do TI está inserido nos setores mencionados anteriormente, ele também é responsável pelo sistema de armazenamento dos produtos, um dos mais conhecidos é o WMS (Warehouse Management System), sistema responsável pela implementação de controle de estoque da empresa, planejamento logístico, controle de *shelf life* (validades dos produtos), separação e expedição de mercadorias e uma melhor sincronia de balanços de estoque da empresa.

Nos dias de hoje, com o ambiente empresarial cada vez mais competitivo, uma empresa desse segmento ter uma ferramenta que seja de grande importância para a operação, é um diferencial enorme para a melhoria de processos que envolvem o setor de armazém. Desta forma, cada vez mais as empresas procuram alternativas para facilitar o gerenciamento de suas atividades, visando aumentar o controle, reduzir os custos e obter informações precisas que possam de fato agilizar a tomada de decisões e consequentemente melhorar o nível do serviço prestado.

Segundo Gurgel (2000), Centro de Distribuição (CD) é um armazém com produtos acabados e itens de serviços, oriundos de mais de uma fábrica e dedicados a atender mais de um mercado. Um Centro de Distribuição possui inúmeras atribuições, principalmente se considerarmos as diferentes empresas em seus diversos ramos de atuação. No entanto, podemos aglutinar essas atribuições em seis principais: (ARBACHE et al., 2004; BARROS, 2005; BARROS; SCAVARDA, 2005; GURGEL, 2000) recebimento de mercadorias; movimentação de materiais; armazenagem; recebimento do pedido; separação; expedição.

A necessidade de aprimorar as operações logísticas fez com que a empresa, estudo de caso, adotasse em seu CD um sistema gerenciador de depósito (WMS). A empresa estudada é uma grande varejista do setor moveleiro. Este setor possui muitas particularidades no tocante à logística de armazenagem das mercadorias, tais como: tamanho, geometria e peso bem diferentes; alta rotatividade de modelos; múltiplas embalagens do mesmo item comercial; entre

outras.

3. METODOLOGIA

O método científico é fundamental para validar as pesquisas e seus resultados serem aceitos. Dessa forma, a pesquisa, para ser científica, requer um procedimento formal, realizado de “(...) modo sistematizado, utilizando para isto método próprio e técnicas específicas” (RUDIO, 1980, p.9)

3.1. Caracterização da pesquisa

Para Gil (1999), o método científico é um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos utilizados para atingir o conhecimento. Para que seja considerado conhecimento científico, é necessária a identificação dos passos para a sua verificação, ou seja, determinar o método que possibilitou chegar ao conhecimento.

Quanto a sua classificação, essa pesquisa será de campo aplicada, onde será feita uma coleta de dados na empresa Ultra Comércio e Distribuição Ltda. Segundo Fonseca (2002, p.32) “caracteriza-se pelas investigações em que, além da pesquisa bibliográfica e/ou documental, se realiza coleta de dados junto a pessoas, com o recurso de diferentes tipos de pesquisa (pesquisa ex-post-facto, pesquisa-ação, pesquisa participante, etc.)”.

Enquanto a abordagem, a pesquisa engloba a junção da qualitativa e quantitativa, pois algumas questões precisam ser abordadas com uma maior profundidade, logo, para essas, usaremos a abordagem qualitativa “A pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais” (SILVEIRA E CÓRDOVA, 2009, p.32).

Para as questões objetivas, será utilizada a abordagem quantitativa. Para Fonseca (2002, p.20) “a pesquisa quantitativa se centra na objetividade, influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com a base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros.” Sendo assim, a junção da qualitativa e quantitativa, permitirá uma análise mais concreta, e maiores informações para a pesquisa, uma vez que os pontos fracos e fortes se complementam entre si.

A pesquisa visa determinar características de um grupo de pessoas, para isso, é necessário utilizar a pesquisa de tipo descritiva. De acordo com Gil (2007), pesquisa descritiva descreve características e fenômenos de determinada população, estabelecendo relações entre variáveis. Este tipo de abordagem pode ser aplicada a inúmeros estudos, sendo uma de suas

principais características a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

Complementando a tipologia descritiva, também será realizada uma pesquisa exploratória. Gil (2007, p.27) afirma que, a pesquisa exploratória "tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.". Toda pesquisa, precisa de uma base bibliográfica para ser desenvolvida. Segundo Fonseca (2002), a pesquisa bibliográfica tem como base o levantamento de referências teóricas que já foram publicadas, seja através de meios eletrônicos, ou escritos, como livros, artigos científicos e páginas de webs.

3.2. Universo, Amostragem e Amostra

O universo considerado nesta pesquisa será determinado por todos os gestores de empresas do ramo de Distribuição. De acordo com Silva e Menezes (2005, p.32) "População (ou universo da pesquisa) é a totalidade de indivíduos que possuem as mesmas características definidas para um determinado estudo."

A amostragem da pesquisa será por conveniência, segundo Gil (2007, p.92) define a amostragem por conveniência "Constitui o menos rigoroso de todos os tipos de amostragem, o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo".

"A amostra é a menor representação de um todo maior considerado para pesquisa. As conclusões ou generalizações a respeito do todo serão feitas tomando como base a amostra."(FONSECA, 2002, p. 53). Nesta pesquisa a amostra foi constituída por 9 gestores considerados na empresa Ultra Distribuição e Comércio, em João Pessoa-PB, e que foram entrevistados sobre a implementação da ferramenta WMS.

3.3 Instrumento de coleta de dados

Para a coleta de dados, será utilizado o questionário, composto por perguntas com respostas de múltiplas escolhas. Segundo Fonseca (2002, p.58) o questionário "é um instrumento de pesquisa constituído por uma série de perguntas organizadas com o objetivo de levantar dados para uma pesquisa, cujas respostas dadas pelo elemento ou pelo pesquisador sem a assistência direta ou orientação do investigador."

O questionário utilizado para a coleta de dados foi aplicado para os gestores e

colaboradores da empresa Ultra Comércio e Distribuição, através do Google Formulários, contendo 3 questões, sendo divulgado em grupos de *Whatsapp*, onde foi disponibilizado link para obtenção das respostas, e contemplou o tema do sistema de armazenamento WMS.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

4.1. Caracterização do mercado e da empresa analisada

Um dos mercados que mais vem se destacando nos últimos anos é o de produtos e serviços para *pets*. O setor de produtos, serviços e comércio de animais de estimação registrou alta de 27% no faturamento em 2021 ante 2020, para R\$ 51,7 bilhões, segundo levantamento do Instituto Pet Brasil (2022). O crescimento foi puxado pelo segmento de *pet food*, que representou R\$ 28 bilhões, ou cerca de 55% do total.

O levantamento apontou ainda que *pet shops* pequenos e médios continuam a ser o principal canal de acesso aos produtos, representando praticamente metade de todas as vendas do setor (48%); seguidos por clínicas e hospitais veterinários (18%); agrolojas (9,8%); varejo alimentar (8,6%); pet shops de grande porte (8%); e-commerce (5,4%); e outros como clubes de serviço, lojas de conveniência, entre outros (2,1%).

Vale salientar a importância do ramo de distribuição no Brasil e no mundo, tendo em vista que são as distribuidoras que fazem chegar a mercadoria até ao varejista e conseqüentemente até o consumidor final, ou até da distribuidora para o cliente final. Referente ao canal de distribuição de frios, marcas como Sadia, Perdigão e Seara são grandes nomes do mercado de frios e embutidos, com várias crescentes nacionais e internacionais. Nomes como Atacadão, Grupo Martins e Tambasa estão no top 5 das maiores distribuidoras de alimentos do Brasil, com um faturamento anual somando 3 empresas de R\$ 62,7 bilhões.

Com base no que foi explanado acima, agregando ao presente trabalho, os processos de logística e distribuição da empresa Ultra Distribuidora, sob autorização da empresa para divulgação de dados. A Ultra inaugurou no dia 1 de Julho de 2008, que fica situada na rua Industrial Abelardo Alvim Gomes Schimmelpfeng, 118, Distrito Industrial, João Pessoa-PB, sob CNPJ: 09.236.632/0001-23, com razão social Ultra Comércio e Distribuição Ltda e com inscrição estadual 161544665, ou seja, uma empresa que creditar de ICMS.

A empresa é distribuidora de vários segmentos, sendo frios (alimentos e bebidas), alimentos secos, e a divisão de PetCare (Pet e Vet). Dentre essas divisões, têm-se grandes marcas, algumas sendo distribuídas exclusivamente na Paraíba. Dentre as marcas representadas pela Ultra, têm-se a linha de frios: Seara, Polenghi, Piracanjuba, Natural One, Forno de Minas.

Na linha de alimentos em seco, tem-se a Nestlé Professional (Food Service), Coko do Vale. Na linha de PetCare, tem-se a Nestlé Purina (ração animal); Vetnil e Syntec (medicamentos e suplementos animais).

A Ultra começou como uma empresa generalista, que neste ramo, significa, compra e venda de preços de produtos, sem ter exclusividade, oscilando muito seus preços de produtos, por conta do mercado e da concorrência. Com o passar do tempo, a diretoria foi observando que a margem de lucro de uma empresa só deste ramo não se sustenta por muito tempo sem um Ebtida relativamente razoável. Uma empresa generalista é basicamente mantida pela venda de produtos como queijos, cortes de frangos, cortes de bovinos e cortes suínos, sendo produtos de commodities com muita variação no mercado nacional e internacional.

4.3 Distribuições

4.3.1 - Linha de frios e bebidas

Um dos grandes pilares como fornecedores da empresa é a Seara, Polenghi e Nestlé Professional, empresas reconhecidas mundialmente, gigantes multinacionais. As três, juntas, atualmente, têm uma grande parcela no faturamento mensal e anual da empresa, tendo em vista seu poder de mercado, já que é uma marca reconhecida, e na Paraíba não é diferente, agregando valor nos clientes de curva A e B.

4.3.2 - Linha PetCare

Uma linha de produtos que vem crescendo bastante no mercado nacional. Estudos mostram crescimentos exponenciais desse ramo, com isso, o crescimento das marcas, das indústrias não são diferentes. Fator primordial para o valor agregado que, principalmente, a Nestlé Purina e Vetnil dão a rentabilidade da empresa.

4.4 Transportes

Atualmente, a empresa consiste em 8 caminhões próprios, sendo dividido em 5 caminhões de frios (com refrigeração) e 3 caminhões secos. Quantidade pouca com relação ao volume de expedição diário da empresa, com isso, precisa-se contratar motoristas e caminhões agregados para fazer a expedição com excelência e pontualidade.

Para acompanhar e tratar as demandas de transportes, têm-se uma equipe formada para tal propósito, sendo constituída pelo Coordenador de Transportes, responsável por coordenar a equipe de colaboradores e fazer programação de cargas e entregas; Assistente de Transportes, auxilia o coordenador nas demandas; Mecânico, acompanha a vida útil dos caminhões da empresa e dos agregados, se fizer necessário alguma manutenção, teria que executar; Motoristas, responsável por dirigir o caminhão; Entregador, trabalha junto com o motorista, descarregando as cargas nos clientes.

Tabela 1: Relação da frota própria da Ultra:

QTD.	FROTA	PLACA	MARCA / MODELO	TIPO	ANO	IDD	TIPO DE CARGA
1	19	MNO - 748	VW13.180	TOCO	2006	17	SECA
2	17	MNS-7566	VW13.180	TOCO	2007	16	SECA
3	37	NQE - 0186	VW13.180	TOCO	2010	13	FRIO
4	38	OET - 0725	VW13.180	TOCO	2011	12	FRIO
5	33	QFJ - 1606	VW 8.160	3/4	2015	8	FRIO
6	27	QFL - 4677	VW 8.160	3/4	2015	8	SECO
7	35	QFO - 5377	HYUNDAI - HR	VUC	2017	6	FRIO
8	36	QFO - 5417	HYUNDAI - HR	VUC	2017	6	FRIO

No quadro acima, consta a relação da frota da Ultra, bem como sua numeração da frota, placa, marca e modelo, ano e tipo de caminhão.

4.4 Armazenagem

O setor de armazenagem da empresa estudada, constitui com 3 equipes internas em 3 turnos, sendo de manhã, tarde e noite. A equipe é constituída por algumas funções designadas, sendo os separadores de mercadorias, que são os que separam as mercadorias por pedido para expedição, equipe do carregamento que são os responsáveis pelo carregamento da mercadoria já separada para dentro do caminhão e a equipe do descarregamento, que são responsáveis para descarregarem as mercadorias que chegam para serem vendidas. Além dessas três equipes, ainda tem os conferentes, o supervisor de armazém e o gerente de logística, que acaba englobando o setor de armazém e de transportes.

O setor de armazenamento é de extrema importância para a organização da empresa. Atualmente, tem estudos para ser implementado o sistema WMS (*Warehouse Management System*), que é um sistema capaz de controlar melhor os recebimentos, armazenagem e

expedição de mercadorias, gerando um grande suporte para tal organização do armazém, minimizando perdas com avarias e vencimentos de produtos dentro da empresa.

Tabela 2: Investimentos no armazém em 2022:

DEMONSTRATIVO CONTAS A PAGAR/AQUISIÇÕES				
DESCRIÇÃO	VALOR TOTAL	QTDE PARC DIVIDIDAS	QTDE PARC RESTANTES	VALOR A PAGAR
AMPLIAÇÃO CÂMARA RESFRIADO	R\$ 207.999,60	15	5	R\$ 69.333,20
BAÚ CARRO QFJ-1606	R\$ 67.530,00	5	4	R\$ 54.024,00
EQUIPAMENTO REFRIGERAÇÃO NOVO	R\$ 33.500,00	4	3	R\$ 21.775,00
MATERIAIS DO PROJETO DE INCÊNDIO	R\$ 27.000,00	6	6	R\$ 27.000,00
CONTRATO METALTECH - OBRA	R\$ 36.545,00	**	**	R\$ 20.846,60
EQUIPAMENTOS WMS (COLETORES)	R\$ 36.658,88	3	1	R\$ 12.219,62
VALOR TOTAL	R\$ 409.233,48		VALOR TOTAL A PAGAR	R\$ 205.198,42

No quadro acima, encontram-se os investimentos em 2022 na logística da empresa, bem como na estrutura e na aplicação do WMS.

Tabela 3: Acompanhamento de perdas 2021 x 2022

Período	2021			2022				Δ% 21 x 22
	Alim & Beb	Pet Care	Total Mês	Objetivo	Alim & Beb	Pet Care	Total Mês	
Jan	R\$ 6.858,38	R\$ -	R\$ 6.858,38	R\$ 33.924,16	R\$ 22.749,90	R\$ 11.174,26	R\$ 33.924,16	395%
Fev	R\$ -	R\$ 11.642,72	R\$ 11.642,72	R\$ 12.967,58	R\$ 5.334,88	R\$ 7.632,70	R\$ 12.967,58	11%
Mar	R\$ 7.604,53	R\$ -	R\$ 7.604,53	R\$ 7.704,83	R\$ 5.761,87	R\$ 1.942,96	R\$ 7.704,83	1%
Abr	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 5.412,24	R\$ 4.535,98	R\$ 876,26	R\$ 5.412,24	0%
Mai	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 717,10	R\$ 641,43	R\$ 75,67	R\$ 717,10	0%
Jun	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 5.000,00	R\$ 1.230,39	R\$ 554,26	R\$ 1.784,65	0%
Jul	R\$ 32.480,73	R\$ -	R\$ 32.480,73	R\$ 5.000,00	R\$ 3.212,49	R\$ -	R\$ 3.212,49	-90%
Ago	R\$ 66.573,15	R\$ 49.289,15	R\$ 115.862,30	R\$ 5.000,00	R\$ 1.912,73	R\$ 3.500,52	R\$ 5.413,25	-95%
Set	R\$ 16.023,05	R\$ 22.981,53	R\$ 39.004,58	R\$ 5.000,00	R\$ 960,95	R\$ 4.942,68	R\$ 5.903,63	-85%
Out	R\$ 4.085,24	R\$ 13.567,88	R\$ 17.653,12	R\$ 5.000,00	R\$ 1.919,20	R\$ -	R\$ 1.919,20	-89%
Nov	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 5.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	
Dez	R\$ 20.845,59	R\$ 5.818,38	R\$ 26.663,97	R\$ 5.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	
Total	R\$ 154.470,67	R\$ 103.299,66	R\$ 257.770,33	R\$ 95.725,91	R\$ 48.259,82	R\$ 30.699,31	R\$ 78.959,13	-63%
Média	R\$ 22.067,24	R\$ 20.659,93	R\$ 32.221,29	R\$ 7.977,16	R\$ 5.148,96	R\$ 3.837,41	R\$ 8.559,99	-107%

O quadro acima demonstra o acompanhamento anual feito pela Ultra Distribuidora, com relação às perdas com produtos vencidos e avariados, sendo dividido por competência e segmentos de distribuição. Com a implementação do WMS, a tendência é de uma drástica redução nas perdas de mercadorias, pelo motivo de vencimento, tendo em vista um melhor controle que terão de lotes e validades, sendo expedidas as mercadorias com datas mais próximas, amenizando o estoque de perdas.

4.5 Tecnologia da informação

Como dito por milhares de empresas, o setor de T.I. é o coração da empresa, é onde se concentram todos os sistemas de todos os setores da empresa. Através da equipe de T.I. é que os demais colaboradores dos demais setores poderão exercer suas atividades diárias.

Na empresa estudada não é diferente, neste setor concentram-se o sistema de força de vendas (Trinity), sistema de armazenagem (WMS), sistema administrativo chamado TOTVS, que engloba compras, R.H., gerências, armazém, e o sistema de controle de custos de transportes que é o GW, sistema de gerenciamento de projetos e custos de frota.

A equipe do setor de T.I. é composta por dois analistas e um gerente de T.I., que também ficam responsáveis pela infraestrutura tecnológica da empresa, considerando a parte de cabeamentos, back-ups, telefonia fixa e móvel, internet banda larga, vigilância eletrônica, pois todos esses pontos são interligados aos servidores da empresa, que é sob responsabilidade do setor.


4.6 Comercial

O setor comercial é bem específico, tendo como base a equipe de vendas, constituída pelos promotores de vendas, vendedores externos, supervisores e gerente de vendas. Os promotores de vendas são responsáveis pela arrumação nos pontos de vendas, ou seja, nos supermercados, mercearias, padarias, etc. Os vendedores externos são os responsáveis por visitar os clientes, negociar com os clientes os preços e os pedidos, já o supervisor de vendas é o responsável por supervisionar a sua equipe, que são os promotores e os vendedores, acompanhar os números do mês e suas tendências. Por último, o gerente de vendas é o responsável por coordenar toda a equipe, seja do promotor até o supervisor.

Ainda no setor comercial, mas sendo algo mais responsável pelo T.I., existe um sistema de vendas, que é o sistema capacitado para receber os pedidos dos vendedores e colocar no sistema para que o setor de transportes possam saber as rotas que precisam fazer para as entregas do dia seguinte. Este sistema tem o funcionamento primordial dentro da empresa, pois é de lá que virão as vendas e os lucros da empresa.

São feitas reuniões mensais, sempre no 1º dia útil de cada mês, com os supervisores de vendas, setor de compras e suas gerências, com o objetivo de mostrar aos participantes as metas para o mês corrente e o resultado do mês anterior e o acumulativo, bem como, traçar submetas para que a empresa possa chegar no número acordado para o mês seguinte.

Tabela 4: Sell-Out geral 2021 x 2022



Geral Ultra | 2022

Período	Sell out				
	Sell out 2021	Objetivo	Efetivo	%	Δ% 21 x 22
Jan	R\$ 5.491.989,50	R\$ 7.770.000,00	R\$ 7.817.570,45	101%	42%
Fev	R\$ 5.625.960,26	R\$ 7.525.000,00	R\$ 8.532.607,64	113%	52%
Mar	R\$ 6.830.937,62	R\$ 8.000.000,00	R\$ 8.047.866,34	101%	18%
Abr	R\$ 5.998.944,97	R\$ 8.605.000,00	R\$ 7.129.812,72	83%	19%
Mai	R\$ 7.699.546,82	R\$ 8.900.000,00	R\$ 8.274.609,90	93%	7%
Jun	R\$ 7.471.383,17	R\$ 9.150.000,00	R\$ 7.820.868,13	85%	5%
Jul	R\$ 7.828.811,68	R\$ 9.430.000,00	R\$ 8.573.884,37	91%	10%
Ago	R\$ 7.206.692,68	R\$ 9.680.000,00	R\$ 8.927.305,86	92%	24%
Set	R\$ 7.536.886,29	R\$ 9.940.000,00	R\$ 7.046.550,12	71%	-7%
Out	R\$ 7.355.876,28	R\$ 10.335.000,00	R\$ 8.324.985,49	81%	13%
Nov	R\$ 7.603.899,26	R\$ 10.570.000,00	R\$ 9.258.635,89	88%	22%
Dez	R\$ 8.222.116,29	R\$ 10.600.000,00	R\$ 9.978.603,25	94%	21%
T. Ano	R\$ 69.047.029,27	R\$ 89.335.000,00	R\$ 99.733.300,16	112%	44%

A tabela acima mostra o sell-out geral da Ultra Distribuidora, de Janeiro a Outubro de 2022, bem como o comparativo de vendas de 2021 x 2022.

Tabela 5: Cobertura efetivada x objetivo 2022



Cobertura | 2022

Período	Cobertura		
	Carteira	Efetivo	%
Jan	3132	2042	65%
Fev	3375	2144	64%
Mar	3377	2176	64%
Abr	2596	2143	83%
Mai	2547	2137	84%
Jun	2402	2060	86%
Jul	2422	2118	87%
Ago	2652	2216	84%
Set	2771	2106	76%
Out	2723	2245	82%
Nov	2982	2458	82%
Dez	3354	2789	83%

A tabela acima mostra o objetivo de cobertura (vendas em clientes), por mês, no ano de 2022 e seu efetivado no decorrer do ano.

4.7 Administrativo

O setor administrativo é considerado o alicerce de qualquer empresa, pois é nele que se concentram os principais tomadores de decisão, que guiarão os passos do negócio. O setor administrativo da empresa estudada é bem reduzido, ou seja, tem poucos funcionários, e os que têm são multifuncionais. Isso é um conceito adquirido pela empresa, tendo em vista que o pensamento deles é que os profissionais de hoje em dia tem que se enquadrar em qualquer situação e em qualquer setor, é o que chamam de “rodízio”.

Neste setor constitui os demais setores, como o de compras e recursos humanos, as coordenações e a gerência geral da empresa. É onde fica o planejamento estratégico da empresa, com demandas de várias reuniões englobando o administrativo, comercial, logística, ou seja, é o setor onde o gerente geral reúne todos os seus subordinados, que são os líderes dos demais setores da empresa.

4.8 Implementação do WMS

O sistema Warehouse Management System (WMS), do português Sistema de Gerenciamento de Armazéns, tem-se em várias empresa do setor de armazenamento, seja do ramo alimentício, automobilístico, entre outros. Ele é um sistema que permite um melhor controle de estoque dentro do armazém, tanto no recebimento quanto na expedição das cargas, sendo integrada ao sistema geral da empresa, permitindo um apoio ao planejamento estratégico, sendo possível gerar relatórios e KPI's para os gestores responsáveis tomarem as decisões cabíveis. Um dos principais objetivos do WMS é dar visibilidade ao estoque, o gestor consegue verificar todos os pontos, tendo visibilidade de lote, validade e quantidade disponível para expedição das mercadorias.

Dentre as principais vantagens do WMS numa empresa de armazenagem, pode-se relatar a otimização de processos, melhoria de inventário, integração de processos, redução de movimentações, prevenção de perdas, ou seja, todos esses pontos passam a ser automáticos, desfazendo-os do modelo manual de seus colaboradores, tendo em vista que todos os colaboradores do armazém possuirão um coletor de dados, que deverá ser utilizado para controle de entrada e saída de mercadorias no estoque da empresa.

5. CONCLUSÃO

A importância do estudo acerca da logística e distribuição da Ultra Comércio e Distribuição, englobando vários setores que compõem a empresa, sendo a logística (transportes e armazém), administrativo, comercial, tecnologia da informação e recursos humanos.

Em um cenário competitivo, cada vez mais é exigido das empresas esforços que contribuam em sua consolidação no mercado e a cadeia logística se torna como peça fundamental para uma empresa. Através de uma cadeia logística bem desenhada, tem-se a melhoria na qualidade dos transportes utilizados pela empresa, da armazenagem e estocagem dos produtos para a execução da distribuição no ponto de venda.

A partir dessas informações, foi questionado sobre a implementação do sistema WMS, que será responsável pelo controle de estoque e armazenamento dos produtos, bem como melhoria no nível de perdas de produtos, expedição de produtos, avarias e organização de layout do armazém.

A execução da pesquisa foi direcionada através de um questionário com 3 perguntas com respostas de múltiplas escolhas para 9 gestores e colaboradores da empresa Ultra Comércio e Distribuição, uma vez que são pessoas capacitadas para as respostas sobre os pontos questionados do sistema WMS.

Contudo, em detrimento as respostas dos gestores e colaboradores ao questionário, é de total concordância de que a implementação do WMS é capaz de aumentar a acuracidade dos inventários, automatizando o sistema referente ao armazém, reduzindo perdas dos produtos dentro do armazém, podendo ser por avarias, vencimentos ou erros de expedição.

O tema abordado no presente trabalho foi questionar e explicar performances e melhorias voltadas para a logística, tendo como foco a sistematização do controle e gestão do armazém, bem como melhorias e métodos de entregas dos produtos aos clientes, tendo todo auxílio de vários setores que compõem a empresa, sendo o Administrativo, Comercial, Transportes, Armazém e Tecnologia da Informação.

REFERÊNCIAS

ARBACHE, F. S.; SANTOS, A. G.; MONTENEGRO, C.; SALLES, W. F. **Gestão de logística, distribuição e trade marketing**. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

BRASIL. Confederação Nacional do Transporte. **Anuário Nacional do Transporte 2022**: Estatísticas consolidadas. Brasília. 2022.

BALLOU, R. **Gerenciamento da Cadeira de Suprimentos/Logística Empresarial**, p. 26 a 29, Quinta Edição, 2006.

BARAT, Josef. **Logística e transporte no processo de globalização: oportunidades para o Brasil**. Unesp, 2007.

BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. **Logística empresarial**: o processo de integração da cadeia de suprimento. São Paulo: Atlas, 2011.

CASTIOGLINI, J. **Processos Logísticos**, Saraiva, 2014.

CHARLES M. **Vendas**: O guia completo, p. 8 a 26, 12º ed, 2014.

FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, Kleber Fossati. **Logística Empresarial**: A Perspectiva Brasileira. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Ceará: Universidade Estadual do Ceará, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MOURA, Reinaldo A.. **Equipamentos de Movimentação e Armazenagem**. 5. ed. São Paulo: IMAM, 2000.

MOURA, Benjamim. **Logística: conceitos e tendências**. Centro Atlantico, 2006.

NOVAES, Antônio GN; ALVARENGA, Antônio Carlos. **Logística aplicada**: Suprimento e distribuição. 1994.

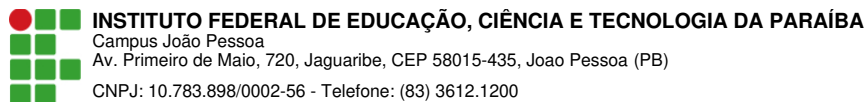
NOVAES, Antonio. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**.4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

NOVAES, A. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição**, p. 13, Elsevier Editora, 2007.

PAOLESCHI, Bruno. **Estoques e Armazenagem**, 1º ed. São Paulo ; Érica; 2014.

RUDIO, F. V. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 1980.

SILVEIRA, D. T., & CÓRDOVA, F. P. **A pesquisa científica**. Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Editora: UFRGS 2009



Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Entrega da Versão Final TCC

Assunto: Entrega da Versão Final TCC
Assinado por: Jose Nestor
Tipo do Documento: Termo
Situação: Finalizado
Nível de Acesso: Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência: Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- José Nestor de Alcantara Gondim Segundo, ALUNO (20181460082) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA, em 21/12/2023 18:35:24.

Este documento foi armazenado no SUAP em 21/12/2023. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1033578
Código de Autenticação: 7be7768e79

