

A ESTRATÉGIA DE DISTRIBUIÇÃO E ARMAZENAMENTO DA EMPRESA LOVITA PARA OBTER VANTAGEM COMPETITIVA

HERINGER, Eudiman¹

OLIVEIRA DE, Fernando Henrique²

PASTORE, Alex Sandro³

RESUMO

Com o crescimento de novos mercados, novas divisas geográficas surgem e com o aumento na distâncias entre os centros de distribuições e os consumidores temos o risco da suspensão no atendimento por faltas de produtos, nessas circunstâncias a parte de logística das empresas torna-se o grande fator de diferenciação competitiva, tendo como objetivo incorporar valor por meio de disponibilidade frequente de produtos, com a agilidade para atender a solicitações de demanda personalizadas e com a velocidade para atender os clientes. Neste contexto o presente artigo tem como objetivos analisar a estratégia de armazenagem e distribuição da empresa LOVITA no sentido de obter vantagem competitiva nas regiões atuantes, que são elas: Paraná e Santa Catarina. A referente pesquisa tem como principal abordagem metodológica o método qualitativo para entender a importância da distribuição e armazenagem da empresa de sorvete LOVITA, na cidade de Cascavel - Paraná; os dados obtidos para essa pesquisa serão mediante a observação direta, análise feita no local e pelo questionário que será aplicado ao proprietário, nesta pesquisa será realizada uma análise de informações referente aos dados coletados com base no problema apresentado. De acordo com este contexto será realizado um levantamento teórico através de referências.

PALAVRAS-CHAVE: Distribuição, Armazenagem, Competitividade, Análise, Estratégias.

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por objetivo demonstrar a estratégia de distribuição e armazenagem utilizando a análise de mercado, e a estratégia em si da distribuição e abastecimento da empresa LOVITA cujo sua missão é: encantar fazendo diferente. Sua visão é: ser a empresa de sorvetes mais amada do Brasil, e seus valores são: inovação, integridade, honestidade, transparência e responsabilidade. Para Philip Kotler (2006) as melhores declarações de missão são aquelas guiadas por uma visão, uma espécie de sonho impossível que proporciona a empresa um direcionamento para os próximos 10 a 20 anos.

¹ Mestre em Educação, Orientador, Professor do Centro Universitário FAG. E-mail: professor.eudiman@gmail.com

² Acadêmico do curso de administração do Centro Universitário FAG. E-mail: fernandohenrique1342@gmail.com

³ Acadêmico do curso de administração do Centro Universitário FAG. E-mail: alexpastroe@hotmail.com



A empresa foi criada em 2014 através de uma ideia de dois acadêmicos durante uma aula de MBA que após muita pesquisa: Projetando números, pesquisando variáveis, analisando mercados e públicos-alvo, materializaram a ideia, criando a marca LOVITA.

Através das pesquisas foram definidos: o nome da empresa que tem por significado amor à vida. A caveira mexicana, logo marca da organização, que teve sua inspiração na cultura mexicana, país origem das paletas.

Inicialmente a empresa atuava somente no ramo de paletas mexicanas (produtos inspirados nos picolés mexicanos, feitas artesanalmente à base de frutas, bem maiores que os picolés comuns e possuem sabores e recheio diferenciados) e para atender a uma nova demanda de mercado desenvolveu novas linhas de produtos além das paletas mexicanas como: picolé, potes de sorvete, bombom no palito e a linha *kids*.

No início o principal público-alvo era pra ser definido como jovens e adultos, mas no decorrer das vendas acabou atingindo todas as gerações.

Para isso procura-se responder a seguinte problemática: como é a estratégia de distribuição e armazenagem da empresa LOVITA para obter vantagem competitiva

Como direcionamento a este trabalho irá identificar os pontos fortes e os pontos fracos para implantação dessas estratégias, mapear a região de distribuição e explicar como a LOVITA pretende expandir sua área com essa estratégia de distribuição.

As ações logísticas são de extrema importância para que os profissionais de todas as áreas possam desempenhar bem suas funções. É necessário ter o conhecimento das áreas de planejamento, execuções e controle.

O processo de distribuição e armazenagem é de grande importância nas empresa, inclusive é onde as empresas concentram a maior parte dos custos logísticos. Este é um dos caminhos que levam as organizações a obterem maior qualidade de seus serviços.

De acordo com Gasnier & Banzato (2001), a armazenagem é tida como uma importante função para atender com efetividade a Gestão da Cadeia de Suprimento. Sua importância reside em ser ela um sistema de abastecimento em relação ao fluxo logístico, que serve de base para a uniformidade e a continuidade deste, assegurando um adequado nível de serviço e agregando valor ao produto.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 TRANSPORTE

De acordo com Novaes (2003) O transporte de cargas pelo modal rodoviário no Brasil tem uma estrutura confiável e é responsável pelo escoamento, que vai desde safras inteiras da agricultura até pequenas encomendas.

Tal sistema é o principal meio de transporte de cargas no país e desempenha um papel vital para a economia e bem-estar da nação. Sabe-se que assumir essa responsabilidade implica numa busca constante de eficiência e melhoria do no nível dos serviços oferecidos, o que passa necessariamente pela absorção de novas tecnologias e procedimentos. A prática de tal política, com certeza, contribui e continuará ajudando este sistema a se manter em tal posição.

Keedi (2003) observa que o transporte rodoviário não se atém, em hipótese alguma, a trajetos fixos, tendo a capacidade de transitar por qualquer lugar, apresentando uma flexibilidade ímpar, proporcionando assim uma vantagem competitiva perante os outros modais.

O objetivo central da logística é o de atingir um nível de serviço ao cliente pelo menor custo total possível buscando oferecer capacidades logísticas alternativas com ênfase na flexibilidade, agilidade, e no controle operacional e no compromisso de atingir um nível de desempenho com qualidade. Bowersox e Closs (2001), acrescenta Silva (2004), que o transporte rodoviário apresenta como uma de suas maiores vantagens à flexibilidade, pois é possível ter acesso a diferentes pontos, sem que haja uma infraestrutura tão complexa como as de outros modais, assim como pode transportar diferentes tipos de carga.

2.2 DISTRIBUIÇÃO

“O objetivo geral da distribuição física, como meta ideal, é o de levar os produtos certos, para os lugares certos, no momento certo e com o nível de serviço desejado, pelo menor custo possível” (NOVAES, 2001, p.145).

De acordo com Kotler (2000), canais de distribuição são conjuntos de organizações interdependentes envolvidas no processo de disponibilização de um produto ou serviço para uso ou consumo.

Segundo Novaes (2007) a distribuição de produtos é analisada sob diferentes perspectivas: pelos técnicos de logística, de um lado, e pelo pessoal de marketing e vendas, de outro.



Bowersox e Closs (2001) indicam que a distribuição física trata da movimentação de produtos acabados para entrega aos clientes.

De acordo com Ballou (2006), os serviços logísticos e a distribuição física provocam efeitos sobre as vendas e fidelidade dos clientes.

2.3 ARMAZENAMENTO

Para Dias (2010) as principais formas de segmentação de mercado são: segmentação demográfica (por exemplo, tamanho de família, números de domicílios e estado civil), segmentação socioeconômica (por exemplo, classe social, renda e escolaridade), segmentação geográfica (por exemplo, estados, municípios e bairros), segmentação por benefícios (por exemplo, praticidade e preço de um produto), segmentação por grau de utilização (por exemplo, frequência de uso), e segmentação psicográfica (por exemplo, estilo de vida, personalidades e opiniões).

Ballou (2001) destaca que: A seleção de uma boa estratégia logística exige muitos dos mesmos processos criativos que o desenvolvimento de uma boa estratégia corporativa. Abordagens inovadoras para a estratégia logística podem oferecer uma vantagem competitiva.

Conforme Moura (1997) No passado, um armazém era definido como um “lugar para guardar material”. Hoje, ele é uma parte integrante da política de fabricação de marketing, administração de materiais e planejamento financeiros. A criação e a locação do produto devem ser reconhecidas como a manifestação física da política de marketing. O nível de sofisticação dos equipamentos e a criação de técnicas operacionais devem representar uma resposta direta para logística e os serviços de comércio ou instituições, sustentadas pelos serviços de armazenagem.

Segundo Moura (1997), O propósito fundamental de um armazém é estar provido de espaço para o fluxo de materiais ente as funções comerciais e operacionais que não tenha uma fluxo linear contínuo de abastecimento. A redução de custos de armazenagem pode ser baseada na eficiência integração entre: praticas operacionais, administração de inventários, criação de embalagens, técnicas de movimentação de materiais, métodos de estocagem, processamentos de pedidos, administração de trafego e exportação/importação. Essas atividades estão mutuamente integradas e seus efeitos agregados devem ser previstos para satisfazer ao mais alto nível de serviços ao cliente, ao custo mais baixo possível. A responsabilidade do armazém ou centro de distribuição devem ser: recebimento, cuidados, entrega pontual do produto certo na quantidade certa, em condições adequadas, no lugar certo, no momento certo, no menor custo.



“Independentemente do modo como foi embalado o material: “pallets”, recipientes de material ou metal, berço ou de como foi a carga foi movimentada: empilhadeira, ponte rolante de transportadores, entre outras. A melhor forma de guardar materiais é aquela de que maximiza o espaço disponível nas três dimensões do prédio: comprimento, largura e altura.” (MOURA 1997)

Segundo Ballou (2001), uma empresa utiliza o espaço de armazenagem por quatro razões básicas: para reduzir os custos de transporte; para coordenar a oferta e a demanda; para auxiliar no processo de produção; e para ajudar no processo de marketing.

A armazenagem é uma das áreas mais tradicionais da logística e tem passado por profundas transformações nos últimos anos. Essas mudanças refletem-se na adoção de novos sistemas de informação aplicados à gestão da armazenagem, em sistemas automáticos de movimentação e separação de produtos e até mesmo na revisão do conceito do armazém como uma instalação com a principal finalidade de estocar produtos (FLEURY et al, 2000).

As estratégias no processo de armazenagem mais utilizadas, a fim de atingir os objetivos logísticos, segundo Rago (2002), são: verticalização dos estoques, automatização na armazenagem, automação da armazenagem, gestão de armazéns e endereçamento móvel. Já dentre as funções do processo de armazenagem, tem-se: recebimento físico e contábil; identificação e classificação; conferência (qualitativa e quantitativa); endereçamento para o estoque; estocagem; separação de pedidos; reposição de estoques; preparação de carga; embalagem; expedição ou atendimento à linha de produção; registro das operações.

“A armazenagem consiste em alguns princípios, para que haja a eficiência e eficácia sendo elas: planejamento, sistema híbrido, fluxo de materiais, controle, simplificação, capacidade de reabastecimento, capacidade de espaço, tamanho unitário, automação, mecanização, seleção de equipamentos, padronização, adaptabilidade, flexibilidade, layout, corredor, utilização, manutenção, obsolescência, desempenho, auditoria, instalação, segurança. Podemos dizer que esses princípios ajudam no objetivo da armazenagem que consistem em receber materiais de um fornecedor, estoca-los ate que sejam solicitados por um usuário, retira-los do estoque quando solicitados e expedi-los ao usuário.” (MOURA, 1997)

2.4 ESTOQUES FRIGORIFICADO

Na história de conservação de alimentos, entre outros métodos, o processo de mantê-los em ambientes de baixa temperatura foi, talvez, o pioneiro deles. Com o armazenamento de alimentos em sítios frescos, em cavernas, envoltos em blocos de gelo formado pelas nevasdas e nas geleiras, mergulhados em águas congeladas de mares, rios e lagos, o homem iniciou o meio de conservação mais conhecido de nossos tempos: o processo de aplicação de frio (EVANGELISTA, 2008).



A produção contínua de frio para aplicação na indústria alimentícia, iniciada no século XIX, foi um grande avanço que permitiu o armazenamento e o transporte dos alimentos perecíveis. A disponibilidade de refrigeradores e de congeladores ao longo de toda a cadeia alimentar, incluindo os domicílios, melhorou consideravelmente a qualidade dos produtos resfriados, refrigerados e congelados (PEREDA, 2005).

O uso do frio é largamente utilizado hoje em dia por causa da manutenção do produto a ser conservado. Neste contexto, Bertolino (2010) salienta que, os produtos alimentares degradam-se em qualidade e subsequentemente em quantidade desde a colheita, abate ou pesca até ao consumo, em todos os níveis do setor da distribuição. A utilização do frio prolonga o período de comercialização, diminuindo os processos de degradação e reduzindo as perdas no comércio.

O correto armazenamento dos produtos alimentícios é fundamental em qualquer empresa alimentícia. Devem ser observadas e mantidas as condições satisfatórias de controle de temperatura, limpeza, rotatividade dos estoques e ventilação, para garantir a conquista e manutenção de bons padrões de higiene (HAZELWOOD, 1994).

Dando ênfase no armazenamento a frio, vale conceituar os alimentos que fazem parte dessa cadeia, que são aqueles denominados perecíveis. Silva Júnior (1995) ressalta que, os alimentos perecíveis são todos os alimentos que propiciam uma rápida multiplicação microbiana, devendo ser armazenados sob resfriamento, refrigeração ou congelamento, para que suas características microbiológicas, sensoriais, físico-químicas e nutricionais permaneçam viáveis até o prazo de validade determinado.

Os alimentos perecíveis passam períodos variáveis de tempo estocados em câmaras frias em determinadas temperaturas. O tempo máximo de estocagem varia de acordo com o grau de perecibilidade do produto e com o tipo de armazenagem, devendo este período estar, rigorosamente, de acordo com as especificações dos alimentos estocados (GERMANO, 2001).

Sendo assim, a indicação de cada um dos diferentes processos de frios é feita de acordo com o tipo, constituição e composição química do alimento e o tempo requerido para sua conservação, sem que haja sensíveis perdas de seu valor nutritivo e de seus caracteres organolépticos (EVANGELISTA, 2008)

3. METODOLOGIA

O presente processo metodológico utilizado para este trabalho consiste, segundo Gil (2010) em um conjunto de estudos teóricos aprofundado em um ou vários temas e objetos, tendo por finalidade atingir o objetivo proposto. De acordo com este contexto foi realizado um levantamento teórico através de referencial bibliográfico.

A referente pesquisa tem como principal abordagem metodológica o método qualitativo para entender a importância da distribuição e armazenagem da empresa de sorvete LOVITA, na cidade de Cascavel - Paraná. De acordo com Treviños (1992), pesquisa qualitativa é conhecida como um estudo de campo, estudo qualitativo interacional simbólica com perspectiva interna, interpretativa e descritiva.

A pesquisa foi realizada na empresa LOVITA, localizada na Rua Lagoa Araucária, 2183 - Morumbi, Cascavel - PR.

Os dados obtidos para essa pesquisa serão mediante a observação direta, análise feita no local e pela entrevista estruturada que foi aplicada ao proprietário, Sr. Rodrigo.

Nesta pesquisa será realizada uma análise de informações referente aos dados coletados com base no problema apresentado.

4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

Ao iniciar a presente pesquisa procurou se tomar conhecimento da estratégia implementada pela LOVITA Sorvetes para desenvolver a sua produção, armazenamento, distribuição e vendas.

Com o objetivo de procurar entender todo o processo foi realizada uma entrevista com o proprietário da empresa no dia 03/10/2017 onde o mesmo explicou todo o processo da empresa desde a parte de produção até a parte de vendas.

No início para entrar no mercado empresa LOVITA utilizou algumas estratégias de divulgação da marca como outdoor, *teaser* e amostras em pontos com grande fluxo de pessoas na cidade para gerar a curiosidade dos consumidores, pois nenhuma dessas estratégias utilizadas possuía nenhum tipo de informação.

Para chegar a quantidade de produto a ser produzida o Sr. Rodrigo informou que foi com muitos erros e desperdícios, após isso a empresa começou a planejar mediante a média mensal dos concorrentes. O processo de produção do produto é feita com ingredientes frescos e selecionados para isso tentam buscar nos mais variados lugares, os palitos da paleta são adquiridos de

fornecedores que usam apenas madeira de reflorestamento. A produção é maior no verão onde a demanda tende ser maior por motivos de climas de temperaturas elevadas em nosso país.

A estratégia de distribuição utilizada pela empresa consiste em centros de distribuição em um raio de aproximadamente 150 km dos pontos de venda, evitando assim os atrasos nas entregas dos produtos. Conforme surgem novos pontos de vendas é criado novos pontos de distribuição.

A empresa utiliza como método de armazenagem estoque frigorificado, sendo um na matriz apenas para separação de pedidos e os outros dois ficam em Cotriguaçu Cooperativa Central e Espaço Frio Armazenagem Frigorífica onde é alocado o estoque real. É um estoque elástico, o valor pago pelo espaço é referente ao número de pellets armazenados, então é pago somente quando a estoque. Por esse meio a empresa evita depender de construção de câmara fria com custos fixos e investimentos altos, possui também posições para estoque conforme necessitado.

O controle de reabastecimento dos produtos é feito por meio de um aplicativo desenvolvido pela própria empresa, no qual o vendedor vai até o cliente e verifica quais produtos gostaria de repor em seu freezer fazendo assim o pedido via aplicativo, com isso facilita muito o trabalho de distribuição, pois os produtos são entregues no dia seguinte após o pedido.

Os pontos de vendas dos produtos são colocados em lugares com um bom fluxo de pessoas, os freezers da empresa são comodatos, assim não tendo custo algum para o estabelecimento somente o valor de compra da mercadoria para a revenda.

Com um pouco mais de 3 anos de mercado a empresa já considera como concorrentes diretos nos locais de atuação as marcas Kibon e Nestlé. Segundo o proprietário da empresa, no ano de 2017 a expectativa da taxa de crescimento é de 15 a 20% na parte de faturamento total e de 50% nos pontos de vendas.

Perguntado sobre qual são as metas da empresa o Sr. Rodrigo informou que após a compra da parte de seu sócio a empresa está sem metas no momento.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio desse estudo procuramos mostrar a importância da estratégia de distribuição e armazenagem de uma empresa no ramo de sorvetes que atua na região de Cascavel - Paraná.

O desenvolvimento desse trabalho de pesquisa nos proporcionou melhor entendimento na área de logística no ramo de sorvetes, e os cuidados que se deve ter com o produto.

Os resultados obtidos demonstram que a empresa soube criar uma estratégia de armazenagem pois utilizam frigoríficos terceirizados onde pagam somente quando utilizam, evitando assim custos fixos e gastos com construção. Os centros de distribuições estão alocados a uma distância de no máximo 150 km dos pontos de vendas facilitando e diminuindo muito o tempo de reposição dos produtos. A empresa conta também com caminhões especializados com uma tecnologia de resfriamento de -35°C no começo do dia chegando a mais ou menos -20°C no final do dia, mantendo assim a qualidade do produto desde a produção até o consumidor final.

O meio de distribuição e armazenagem pode servir como vantagem competitiva para as empresas se bem executadas, cabe ao gestor criar estratégias e meios que tornem isso possível.

A empresa estudada está em constante crescimento, podendo assim ser reavaliada e estudada a cada ano.

REFERÊNCIAS

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: Logística Empresarial**. Bookman, 2006.

_____. 2001 **Logística Empresarial – Transportes, Administração de Materiais e Distribuição Física**. São Paulo: ATLAS, pp 152-153, 1993.

BERTOLINO, M. T. **Gerenciamento da Qualidade na Indústria Alimentícia: Ênfase na Segurança dos Alimentos**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

BOWERSOX, Donald J. **Logística empresarial: o progresso de integração da cadeia de suprimentos**. São Paulo: Atlas, 2001.

DIAS, Sergio. **Gestão de marketing**. 2ª Edição, São Paulo; Editora: Saraiva, 2010.

EVANGELISTA, J. **Tecnologia de Alimentos**. São Paulo: Atheneu, 2008.

GERMANO, P. M. L. **Higiene e Vigilância Sanitária de Alimentos**. São Paulo: Livraria Varela, 2001.

FLEURY, P.F.; WANKE, P. & FIGUEIREDO, K.F. (2000) - **Logística Empresarial: A Perspectiva Brasileira**. Atlas. São Paulo.

GASNIER, D.; BANZATO, E. Armazém Inteligente, **Revista LOG Movimentação e Armazenagem**, São Paulo, n. 128, Junho, 2001.

HAZELWOOD, D.; MCLEAN, A. C. **Manual de Higiene para Manipuladores de Alimentos**. São Paulo: Varela, 1994.



KEEDY, Samir. **Transportes, inutilização e seguros internacionais**, 2.ed; São Paulo: Aduaneira,2003.

KOTLER, Philip. **Marketing Management**, Englewwod Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 2000.

_____. **Administração de Marketing**. Edição Novo Milênio, São Paulo; Editora: Pearson Prentice Hall, 2006.

MOURA, Ronald A. **Manual de Logística: armazenagem e distribuição física**. São Paulo: IMAM, 1997.

NOVAES, **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição**, Elsevier, 2001.

PEREDA, J. A. O. **Tecnologia de Alimentos: Componentes dos Alimentos e Processos**. Vol. 1. Porto Alegre: Artmed, 2005.

SILVA, Luiz Augusto **Tagliacollo Logística no comércio exterior**. São Paulo:Aduaneiras,2004.

SILVA JÚNIOR, E. A. **Manual de Controle Higiênico-Sanitário em Alimentos**. São Paulo: Livraria Varela, 1995.

RAGO, S.F.T. (2002) - **LOG&MAN Logística, Movimentação e Armazenagem de Materiais**. Guia do visitante da MOVIMAT 2002. Ano XXIII, Setembro, n.143, p.10-11.