**Faculdade Nossa Cidade**

**Queli Vieira de Araújo**

**Orientador Profº Lawton Benatti**

**Título da obra: Inovação e Competitividade Empresarial**

**2.6 Inovações nos Processos Logísticos e de Distribuição**

**2ª Parte**

**Principais Pontos do Sistema Integrado**

Todos os principais pontos do sistema logístico integrado um sistema de informação nos processos logísticos desde a criação até a distribuição final. A saber:

* o cliente;
* a fábrica, que, ao receber a notificação do pedido, aciona o planejamento de controle da produção, a rede de suprimentos, o setor de produção física e a produção automática para imediatamente dar uma confirmação de entrega.;
* a administração, que logo acionou o esquema de contabilização, acionar, também, as contas a pagar e contas a receber ou ainda a tesouraria para acertar o fluxo de caixa;
* o mercado, que logo incluiu este consumidor e seu novo produto nas estatísticas de vendas, colocando seu nome na relação de serviço pós-venda;
* o fornecedor, ou o parceiro comercial, cujo computador recebe automaticamente a confirmada informação e providencia rapidamente as peças selecionadas para o carro;
* a transportadora, externa ou interna, que de imediato processa o roteiro da entrega em determinada região e prepara a entrega em data definida;
* o cliente, este recebendo seu pedido na data certa, com o modelo escolhido dentro das exigências combinadas, possivelmente, torna-se á fiel à marca. Este por certo induzirá a outros a adquirir produtos desta montadora e ainda utilizar os serviços da revenda nas manutenções de prevenção no período de vida útil do veículo.

É imprescindível entender que tudo começou e terminou no cliente, mesmo que nesse determinado período houve inúmeras transações entre outros setores envolvidos.

**Distribuição Física**

A distribuição física, como se sabe, é responsável por toda metodologia do processamento de pedido, transporte e armazenagem, desde a consumação de determinado produto até sua chegada ao cliente final.

Surge no processo de distribuição a seguinte pergunta; como atingir os clientes? Obviamente que é confiando no produto em que produz, este passa a ser o principal desafio da logística. A fim de alcançar tal objetivo, deve-se analisar a localização da fábrica, dos fornecedores, dos depósitos e, acima de tudo, a estrutura geral dos sistemas de transportes.

A localização da fábrica tem sido atualmente função do mercado a ser atendido. Ao contrário do que muitos pensam, mais do que incentivos fiscais, importa às empresas serem ágeis na entrega de seus produtos, independente se este será dirigido ao cliente final ou a uma montadora/transformadora desse produto. Um bom exemplo são as montadoras de automóveis que se proliferam por todo mundo, mesmo com a permanência dos centros de excelência. E das sedes em países desenvolvidos, levando consigo as fábricas de fornecedores/parceiros e reservando às instalações regionais apenas o aspecto das operações de montagem.

De fato, os depósitos regionais são fixados em função da estrutura do transporte existente. A pesquisa operacional é a principal ferramenta utilizada para a localização dessa fábrica. Sendo por meio de modelos simples de transporte que são analisados as origens e os destinos ou ainda por modelos de baldeação, em que além do mais, levam em canta os pontos de transferência intermediários. Inclusive, reduzir estoques é a palavra de ordem, a ponto de ser normal o próprio meio de transporte, ou seja, o carro de entrega, independente qual é seu tamanho, ser uma substituição do espaço ocupado em armazenagem.

Com a chegada do modelo de transporte intermodal, isto é, o uso de variados meios de transportes usando um único manifesto de embarque como por trem, navio, barca e caminhão, continuamente, o problema principal da distribuição física passou a ser a roteirização, a saber, a decisão do esquema de prioridade de entrega em lugar de rotas predeterminadas.

Entendemos ser importante ressaltar que a mesma frota que executa a entrega aos consumidores pode ser utilizada no abastecimento das fábricas, maximizando, contudo, sua utilização. Na maioria dos casos, porém, deve ser levada em consideração a tendência atual da focalização das atividades da empresa em seu principal negócio, o que, aliás, se desaconselha o uso das frotas próprias.

**Roteirização**

Por fim, outro ponto que queremos aqui destacar é a roteirização de transportes. Ela, para (RAGO 2002), é uma organização das rotas ou dos itinerários onde se é determinados os melhores trajetos a ser percorrido. Cabe lembrar que este processo, quando bem elaborado, além de ser meticulosamente exato, auxilia na organização das distâncias a percorrer.

A roteirização objetiva ainda, economizar tempo de modo geral, diminuir custos em operações, oferecer melhor atendimento aos clientes, redução de distância para concretizar tarefas, distribuir a carga e a frota num menor espaço de tempo.

Considerando, também a importância do que afirma (PETERSEN II 1997) quando diz que: existem cinco políticas de roteirização e, são elas; passagem, retorno, maior distância, ponto médio e a composta. Tais métodos agem como regras pré-estabelecidas visando uma melhoria nas condições de distribuição.

Quando a roteirização é otimizada com eficiência observando esses cinco itens, a empresa, independente do seu segmento, alcançará certamente uma excelente relação com seus clientes o que gera o seu fortalecimento.

**Referências**

1. BALLOU, R. H. **Logística empresarial:** transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1993.
2. BONASSA, A. C.; CUNHA, C. B. **Sistema de apoio à decisão para a otimização da roteirização da separação manual de peças em armazém utilizando planilhas eletrônicas.** São Carlos, v. 18, n. 1, p. 105-118, 2011.
3. MOURA, R. A. **Sistemas e técnicas de movimentação e armazenagem de materiais**. 4. ed. São Paulo: IMAM, 1998.