

O PANORAMA DA LOGÍSTICA NA CIDADE DE PICOS – PIAUÍ

Uma visão do setor varejista de alimentos

Luanny Emmanuely Oliveira Pacheco Lopes*

RESUMO

A economia brasileira apresenta-se em constante transformação e mudança, em decorrência disso, as organizações empresariais enfrentam cada vez mais desafios importantes, que, quando não bem geridos, podem ocasionar conflitos internos. Uma das inúmeras ferramentas disponíveis e que pode ser focada para o empresário ter competitividade e a fidelização dos clientes tem sido a logística; ela tem a possibilidade de apresentar a continuidade dos negócios, através de operações que garantam a posse dos produtos junto aos seus clientes no momento exato, sem avarias e a baixo custo, passando a ter um papel fundamental na avaliação do desempenho das organizações. A cidade de Picos apresenta uma economia em destaque no Piauí e uma localização geográfica privilegiada, com todo esse potencial econômico, esse trabalho permitirá apresentar o panorama da logística na cidade, através de uma pesquisa bibliográfica e de campo no setor alimentício varejista da cidade, como forma de verificar a visão da importância da logística para esse segmento que tem como incumbência fazer com que a mercadoria esteja no lugar certo, no momento adequado e a um custo o mais baixo possível.

Palavras-chave: logística, desempenho, custo.

ABSTRACT

The Brazilian economy is presented in constant transformation and change, as a result, business organizations increasingly face major challenges which if not properly managed, can lead to internal conflicts. One of the many tools available that can be focused to the business be competitive and customer loyalty has been the logistics, it has the opportunity to submit business continuity through operations to ensure ownership of the products to their customers at the time accurate, low cost and without damage, and shall have a key role in assessing the performance of organizations. The city has an economy peaks highlighted in the Piaui and a privileged geographical location, with all this economic potential, this work will provide an overview of logistics in the city, through a literature search and field in the retail food sector of the city, as way to check the vision of the role of logistics in this segment which has the mandate to make the goods are in the right place at the right time and at a cost as low as possible.

Keywords: logistics, performance, cost.

INTRODUÇÃO

A economia brasileira apresenta-se em constante transformação e mudança, em decorrência disso, as organizações empresariais enfrentam cada vez mais desafios

*Graduada no Curso de Bacharelado em Administração do Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, em Picos – PI.

importantes, que, quando não bem geridos, podem ocasionar conflitos internos. Esse dinamismo econômico impelem as empresas a se voltarem mais para os clientes, em busca de informações e conhecimento que possa contribuir para desenvolver negócios competitivos.

Uma das inúmeras ferramentas disponíveis e que pode ser focada para o empresário ter competitividade e a fidelização dos clientes tem sido a logística; ela tem a possibilidade de apresentar a continuidade dos negócios, através de operações que garantam a posse dos produtos junto aos seus clientes no momento exato, sem avarias e a baixo custo, passando a ter um papel fundamental na avaliação do desempenho das organizações.

A cidade de Picos apresenta o segundo maior PIB do Estado (dados IBGE 2010), sendo que a região fiscal de Picos arrecada mais que as regiões fiscais de Parnaíba, Floriano e Campo Maior, juntas, é, também, considerada um dos maiores entroncamentos rodoviários do nordeste. Com todo esse potencial econômico, esse trabalho permitirá apresentar o panorama da logística na cidade, através de uma pesquisa bibliográfica e de campo no setor alimentício varejista da cidade de Picos, como forma de verificar a visão da importância da logística para esse segmento que tem como incumbência fazer com que a mercadoria esteja no lugar certo, no momento adequado e a um custo o mais baixo possível.

1 Logística: por que é tão fundamental na empresa?

O comércio envolve a troca de bens e serviços, na maioria das vezes, por dinheiro. Todo o processo comercial gira em torno do consumidor que, normalmente, busca bastecer-se a partir do varejo. Esse movimento de produtos diversos foi denominado de cadeia produtiva, conforme Novaes (2004, p.1) explica como ocorre:

Os fabricantes adquirem matéria-prima e componentes dos fornecedores. Por sua vez, os fabricantes vendem seus produtos a atacadista e/ou a varejistas. Quando há atacadistas atuando no canal de comercialização, estes vendem os produtos aos varejistas. Os varejistas, por sua vez, compram os produtos diretamente dos fabricantes ou dos atacadistas e os vendem aos consumidores finais.

O aprimoramento que vem ocorrendo nos produtos tem sido de uma rapidez crescente, sofrendo alterações e melhorias com muita frequência, além de variações em um mesmo produto. Isso gera no empresário uma constante necessidade de buscar conhecimentos mais precisos e informações mais específicas para atender as demandas do mercado, e, é a logística que adquire um papel muito importante no processo de disseminação da informação,

é ela, também, que dá condições reais de garantir a posse do produto, por parte do consumidor, no momento desejado.

A logística citada por diversos autores como sendo originária na área militar desenvolveu-se no mundo dos negócios visando colocar os recursos certos no local certo, na hora certa, com um só objetivo: atendimento ao cliente.

Novaes (2004, p. 26) coloca:

Existem diversas maneiras de um consumidor tomar a decisão de compra de um bem ou serviço, e a disponibilidade do produto no ponto-de-venda (PDV) pode ser uma delas. Colocar um produto no lugar certo, no momento em que o consumidor resolve comprá-lo, no entanto, envolve uma série de processos que se inicia com a extração ou obtenção na matéria-prima, passando por sistemas de manufatura que transformaram essa matéria-prima em produto acabado e colocando este no PDV. Todos esses processos formam a cadeia de abastecimento.

Nunca se falou tanto em atender às exigências dos consumidores como tem acontecido ultimamente. Por outro lado, os consumidores nunca foram tão exigentes, com tantas mudanças, novos conceitos foram sendo criados e empregados com êxito, há tempos a logística deixou de ser sinônimo de transporte. Fabricantes de matérias-primas estão envolvidos em entregar o produto de acordo com a necessidade do produtor. O produtor, dentre outras coisas, precisa pensar na embalagem do produto de forma que facilite o transporte, a exposição, a segurança, o meio ambiente e assim por diante, criando uma cadeia produtiva, de abastecimento ou de distribuição. Torná-la mais eficiente, permitirá reduzir os ciclos de produção, acelerar a entrega de produtos ao consumidor, diminuir custos operacionais e de distribuição e, desta forma, permitir uma participação maior no mercado.

Um elemento básico no processo produtivo é o distanciamento geográfico entre a indústria e os mercados consumidores, e a distância física entre os fornecedores de matéria-prima e as fábricas, onde o produto já sai com um valor agregado, porém incompleto para o consumidor final.

De acordo com Novaes (2004, p. 32):

Para que o consumidor possa usufruir o produto em sua plenitude, é necessário que a mercadoria seja colocada no lugar desejado. O valor de lugar depende, obviamente, do transporte do produto, da fábrica ao depósito, deste à loja, e desta ao consumidor final. Por essa razão, as atividades logísticas nas empresas foram, por muito tempo, confundidas com transporte e armazenagem. No entanto o conceito básico de transporte é simplesmente deslocar matérias-primas e produtos acabados entre pontos geográficos distintos. Com a evolução do sistema produtivo e do comércio, esse elemento, embora importante, passou a não satisfazer isoladamente às necessidades das empresas e dos consumidores.

Atualmente, o modelo de negócio competitivo é o alinhamento de produtos e serviços com as necessidades e preferências de clientes e consumidores, o que torna, assim, o conceito de logística de uma forma ampla e completa, conforme nos coloca Novaes (2004, p. 35) *upud*

Council of Logistics Management norte-americano:

Logística é o processo de planejar, implementar e controlar de maneira eficiente o fluxo e a armazenagem de produtos, bem como os serviços e informações associados, cobrindo desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o objetivo de atender aos requisitos do consumidor.

Com essa definição de logística percebe-se claramente o quanto ela é parte fundamental para o processo de satisfação do cliente, no entanto, é preciso que o empresário tenha pleno domínio em operá-la nesse mercado competitivo, não apenas adotando soluções tecnicamente corretas, mas sobretudo buscando soluções eficientes, otimizadas em termos de custo e que sejam eficazes em relação aos objetivos pretendidos.

2 A visão do empreendedor varejista picoense

A pesquisa de campo foi realizada com oito empresários do setor varejista de alimentos, da cidade de Picos, em que se procurou entender o funcionamento logístico desse segmento em nossa cidade, bem como a importância que os mesmos dão a logística como meio de agregar valores para o cliente. Novaes (2004, p. 37) afirma que a logística procura incorporar:

Prazos previamente acertados e cumpridos integralmente, ao longo de toda a cadeia de suprimento; Integração efetiva e sistêmica entre todos os setores da

empresa; Integração efetiva e estreita (parcerias) com fornecedores e clientes; Busca da otimização global, envolvendo a racionalização dos processos e a redução de custos em toda a cadeia de suprimento; Satisfação plena do cliente, mantendo nível de serviço preestabelecido e adequado.

Ao se indagar os empresários sobre o conceito que os mesmos têm sobre logística, 80% ainda entende como sinônimo de transporte, o restante consegue identificar como uma cadeia produtiva, agregando valores para os envolvidos.

Observa-se que a visão da logística como um importante diferencial de competitividade e como um elemento cada vez mais tático e estratégico é verificado, ainda, por poucos gestores.

A modalidade de transporte utilizado para aquisição de produtos é utilizado, em sua maioria, o modal rodoviário, sendo que o abastecimento de 75% dos produtos é realizado por empresas distribuidoras/atacadistas da própria cidade, que possuem frota própria. Quando buscam aquisições diretamente da fábrica, utilizam empresas de logística/transportadoras, terceirizando, assim, o serviço.

Um das maiores dificuldades apontadas para a aquisição diretamente de fabricantes foi a falta de infraestrutura viária aliados a problemas relacionados a segurança, tais como, baixo índice de rastreamento de cargas, além da inexistência ou serviços impróprios de previsão de demanda pelos próprios empresários.

A escolha de distribuidores/fornecedores de outras regiões tem como peso maior a forma da entrega dessa mercadoria, priorizando mais os que têm frota própria, mesmo o empreendedor picoense, tendo consciência do aumento do valor para o consumidor final.

Outro ponto negativo apontado pelos varejistas ao adquirir produtos diretamente do fabricante é o receio de que a indústria tire vantagens sobre os concorrentes, entregando a mercadoria na transportadora atrasada, porém com a documentação constando a data acertada previamente com o cliente.

Em relação aos custos logísticos pelas empresas, foi citado percentual entre 3% e 5% do faturamento, um valor considerado alto se comparado com a baixa percepção da importância da logística para alguns empresários. No entanto, eles levaram em consideração as péssimas condições das rodovias, além da falta de manutenção das ruas da cidade que

fazem com que haja um aumento dos custos. De acordo com os mesmos, se as estradas não estão em boas condições, aumenta o custo de transporte, que é inevitavelmente transferido ao consumidor, sendo, portanto, o frete um dos principais componentes dos custos logísticos.

Aliados as difíceis condições das estradas estão os roubos de cargas, tão presentes em nosso país, que tem causado prejuízos enormes, sendo esse custo repassado ao consumidor final, como também a dificuldade de gestão da demanda de maneira correta, o que faz com que as empresas permaneçam com estoques elevados que custam caros, sendo esses componentes um dos principais a comporem os custos logísticos.

Todos os entrevistados afirmaram que o preço e a experiência/atuação da empresa transportadora são critérios importantes na escolha do seu parceiro ou transporte.

Um dos pontos citados por 92% dos entrevistados foi o fortalecimento de parceria e alianças com fornecedores com o objetivo de criar vantagens competitivas, pois entendem que cada vez mais se torna difícil oferecer valor aos consumidores sem possuir baixo custo e alta eficiência do canal de distribuição.

Essa questão abordada pelos varejistas picoenses é assim colocada por Bertaglia (2005, p. 208):

As redes de valor, que são soluções personalizadas para atender às expectativas e demandas de consumidores e clientes empresariais, relacionam as necessidades dos clientes com a obtenção de produtos e distribuição eficaz, todos reunidos de tal forma que possam oferecer um melhor nível de serviço e aumentar a satisfação de usuários consumidores e clientes.

Quando questionados sobre o abastecimento de produtos nas lojas foram citadas os hiatos de tempo em ter o produto nas prateleiras, ocasionados por problemas diversos, como, demora na entrega ou falta do produto no fornecedor, ocasionando outro problema como a necessidade de manutenção de estoques elevados de produtos considerados como essenciais, gerando custos com mão de obra, espaço físico e perda de produto.

Sobre isso Ballou (2010, p. 306) coloca:

Este aspecto do problema de planejamento enfoca a dimensão tempo em vez da dimensão espacial. Uma preocupação fundamental é o tempo do ciclo de pedidos, sendo o controle de estoques o aspecto-chave. Apesar de a decisão

de localizar as facilidades de armazenagem considerar algumas hipóteses sobre os efeitos do aumento ou diminuição do número de depósitos no custo de estoques, sua análise não detalha como controlar o inventário. É preciso avaliar métodos alternativos de transportes, determinar o melhor plano para gerenciar estoques e especificar os meios apropriados de transmissão e processamento de pedidos. Isso significa planejar a operação diária do sistema logístico.

Em relação às preocupações e perspectivas sobre o tema abordado, 20% disse estar muito otimista em relação ao futuro e que acredita em solução dos problemas levantados, o restante citou o crescimento da economia, onde muitas famílias tem tido acesso aos diferentes bens de consumo, sem que, no entanto, haja investimentos substanciais em infraestrutura por parte dos governantes e acreditam que sem esse investimento imediato para que haja um aumento da capacidade e eficiência dos transportes no país, haverá, em pouco tempo, um colapso da economia, uma vez que a cadeia de distribuição depende, quase que exclusivamente, do uso de caminhões, conseqüentemente do uso de estradas rodoviárias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verifica-se que a logística no varejo é uma ferramenta de extrema importância, uma vez que pode decretar o sucesso ou fracasso da organização neste mercado cada vez mais globalizado e acirrado. Ballou (2010, p.58), diz que "os tempos da concorrência simples, baseada no preço, estão ficando para trás". Ele continua: "Daqui para frente, os varejistas deverão se adequar ao modelo de criação de valor para os seus clientes, o que implica em maximizar benefícios valiosos, minimizar os custos, e adotar algum diferencial em relação aos concorrentes, diferencial esse que esteja em mutação para não ser imitado".

A busca da rentabilidade é constante nas organizações que procuram as duas maneiras evidentes para crescer: reduzir custos ou deixar de errar.

Para deixar de errar as empresas tem investindo em pesquisas focais, enquanto, para reduzir custos, buscam formas mais eficientes de logística, onde as alianças e parcerias com fornecedores, aliados aos sistemas de informações se tornam imprescindíveis e indispensáveis.

A dinâmica das demandas básicas por serviços logísticos, restrições ambientais e de infraestrutura, fazem com que as tomadas de decisões sejam cada vez mais precisas e rápidas.

Alguns empresários de Picos ainda encaram a logística como um processo desprezível, esquecendo que ela interfere e muito contribui no consumo e uso de produtos pelo consumidor, é preciso que a imprevisibilidade e necessidade do consumidor sejam encaradas como oportunidades de diferenciação e de novos negócios e não ser encarado como problema.

É certo que as dificuldades são grandes, porém é preciso buscar as vantagens que a logística oferece ao comércio varejista de alimentos, sendo um canal a mais de agregar valor aos serviços e de tornar fiéis os clientes.

REFERÊNCIAS

BALLOU, Ronald H. **Logística Empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física**. 1 ed. Atlas. São Paulo, 2010.

BERTAGLIA, Paulo Roberto. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. Ed. Saraiva, 2005.

NOVAES, Antônio Galvão. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação**. 2. Ed. Elsevier. Rio de Janeiro, 2004.