



**INSTITUTO
FEDERAL**
Piauí

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS ANGICAL
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

NÚBIA GABRIELA NUNES RODRIGUES

**ANÁLISE DA GESTÃO E LOGÍSTICA DE SUPRIMENTOS COMO UM
DIFERENCIAL COMPETITIVO: ESTUDO DE CASO NA EMPRESA TOOP BEER**

ANGICAL DO PIAUÍ

2022

NÚBIA GABRIELA NUNES RODRIGUES

ANÁLISE DA GESTÃO E LOGÍSTICA DE SUPRIMENTOS COMO UM
DIFERENCIAL COMPETITIVO: ESTUDO DE CASO NA EMPRESA TOOP BEER

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico) apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma do Curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Angical.

Orientador: Profº. Me. Reginaldo Magalhães.

ANGICAL DO PIAUÍ

2022

ANÁLISE DA LOGÍSTICA DE SUPRIMENTOS COMO UM DIFERENCIAL COMPETITIVO: ESTUDO DE CASO NA EMPRESA TOOP BEER

Núbia Gabriela Nunes Rodrigues¹
Reginaldo Magalhães²

RESUMO

A competitividade entre empresas atuais exige que elas busquem um diferencial. A logística de suprimentos pode ser um diferencial competitivo entre as empresas. Esse trabalho busca analisar se a logística de suprimentos da empresa Toop Beer oferece um diferencial competitivo. Para atender esse questionamento os objetivos específicos estão voltados em apresentar o portfólio de produtos, mapear a logística usada, identificar a concorrência e sugerir possíveis melhorias. Os procedimentos metodológicos foram definidos como um estudo de caso baseado em uma pesquisa bibliográfica, explorativa descritiva buscando proporcionar maior conhecimento ao leitor. Além disso, foi possível verificar que a empresa possui seu diferencial competitivo e também foi sugerido algumas melhorias para a mesma.

Palavras-chave: Logística. Logística de suprimentos. Diferencial competitivo.

ABSTRACT

Competitiveness among current companies requires them to seek a differential. Supply logistics can be a competitive differentiator between companies. This work seeks to analyze whether the supply logistics of the company Toop Beer offers a competitive advantage. To answer this question, the specific objectives are aimed at presenting the product portfolio, mapping the logistics used, identifying the competition and suggesting possible improvements. The methodological procedures were defined as a case study based on a bibliographical, exploratory and descriptive research, seeking to provide greater knowledge to the reader. In addition, it was possible to verify that the company has its competitive differential and some improvements were also suggested for it.

Keywords: Logistics. Supply logistics. competitive edge.

Data de aprovação: __14__ / __06__ / 2022__

1 INTRODUÇÃO

O varejo se destaca como um segmento no qual a logística é crucial, a atividade da cadeia de suprimentos precisa estar alinhada em alta performance para garantir a movimentação dos produtos e ao contínuo e eficiente fluxo de compra, venda e entrega do produto. A logística também conhecida como cadeia de suprimentos, segundo Ronald H. Ballou (2010, pg 28), “é uma série de atividades funcionais (transporte, controle de estoque, etc.) repetidas inúmeras vezes no canal

¹ Estudante do Curso de Bacharelado em Administração – IFPI Campus Angical. caang20181baa37@aluno.ifpi.edu.br.

² Professor Orientador vinculado ao Curso de Bacharelado em Administração – IFPI Campus Angical. reginaldo.magalhaes@ifpi.edu.br.

onde as matérias-primas são transformadas em produtos acabados, agregando valor aos consumidores.” A integração dessas atividades no gerenciamento da cadeia de suprimentos com os relacionamentos aperfeiçoados na cadeia, tem o objetivo de conquistar vantagem competitiva.

As empresas buscam simplificar cada vez mais o fluxo de materiais, para reduzir o tempo entre o recebimento e a entrega do pedido afim de minimizar o investimento em estoque. Com o crescimento expressivo do mercado, e para que as empresas se mantenham competitivas, necessitam produzir produtos com um custo baixo e utilizar o estoque de maneira correta e sem desperdício. Resultando em uma economia com estoque, distribuição e entrega, e integrando todos os elos da cadeia de suprimentos, obtendo uma vantagem competitiva.

No Piauí, a junta comercial (JUCEPI) registrou no final de 2020, a abertura de 3414 empresas e a extinção de 1649. Os segmentos com os maiores números de negócios foram os comércios varejistas de serviços e alimentos. Esse setor tem crescido cada vez mais apesar das adversidades. Consequentemente, houve um aumento da competitividade, e claro, a busca por uma qualificação e destaque no mercado. Sendo que a logística de suprimentos nesse tipo de empresa é primordial para o diferencial competitivo perante as concorrentes.

Em Água Branca, o comércio local aumentou visivelmente desde o início da covid 19, a Sala do Empreendedor registrou a criação mensal de mais de 20 empresas, em 2018. Uma pesquisa recente no site Casa dos dados (2021) registrou 1362 empresas, dentre elas o comércio varejista de bebidas ocupa a quinta posição. A partir disso, um dos maiores desafios desse tipo de empresa é na área de logística, onde é preciso verificar se o processo de logística é adequado e eficaz para satisfazer as necessidades do mercado.

Nesse cenário, o estudo tem como principal base a seguinte questão: A logística de suprimentos pode ser um diferencial competitivo para a empresa Toop Beer? Buscando respostas para essa questão, o objetivo geral é: destacar se a logística de suprimentos é um diferencial competitivo para a distribuidora Toop Beer. E os objetivos específicos são: descrever e apresentar o portfólio de produtos da Toop Beer; mapear e detalhar a logística usada; identificar a concorrência da Toop Beer; avaliar o grau de satisfação dos clientes em relação a logística de suprimentos; apresentar possíveis melhorias para a empresa na área da logística de suprimentos.

O tema é justificado devido ao aumento no número de empresas de distribuidoras de bebidas em Água Branca. Nesse ramo é importante ter uma logística de suprimento eficiente, pois equívocos no sistema de gestão ou no planejamento estratégico das operações de distribuição, venda e entrega acarretam prejuízos financeiros e também à imagem da empresa. Nota-se cada vez mais a importância e a necessidade das empresas em possuírem um sistema de integração para evolução e implementação de medidas para o melhoramento dos processos logísticos de suprimentos. Além de contribuir para a comunidade acadêmica e empresários, sendo um tema importante e emergente na área logística.

A metodologia desse artigo se baseia em um estudo de caso, quanto aos objetivos desse artigo foi baseada em uma pesquisa exploratória descritiva, toda a construção e base da introdução e referencial teórico foram baseados em pesquisa bibliográficas, realizadas através de vários artigos, livros, sites. Ademais, para finalização do artigo será feita uma visita a empresa para responder os objetivos e coleta de dados.

O estudo foi dividido em três partes, contendo além dessa introdução abundando a contextualização do tema, o referencial teórico (2) que aborda evolução e conceitos da logística e também conceitos da logística de suprimentos e seus elementos essenciais para uma empresa, (3) os procedimentos metodológicos utilizados.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A estrutura da metodologia desse artigo está dividida em três seções, a primeira é referente a logística onde é apresentado o conceito e sua evolução, contendo também um subtópico com um quadro evolutivo da logística. A segunda seção apresenta o conceito de logística de suprimentos expondo seus conceitos e também um quadro com elementos importantes em uma cadeia de suprimentos

2.1 LOGÍSTICA

Logística é o processo de planejamento e controle eficiente e eficaz do fluxo e armazenamento de mercadorias, serviços e informações relacionadas desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o objetivo de atender as necessidades do cliente (Bowersox e Closs 2001, pg 142). Uma das definições mais antigas de logística vem do grego Logos, que significa razão, cálculo, pensar e analisar. A logística se iniciou na guerra pois havia a necessidade de estratégia no abastecimento de suprimentos do exército. Foi muito utilizada pelos militares americanos com o fim de atender os objetivos de combate da época, desde então, já demonstrava conceitos gerenciais bem modernos.

A logística é uma área dinâmica que está em constante mudança para o melhoramento dos processos. Em 1970 a logística no Brasil começa a se destacar, mas, foi somente em 1990 que houve mudanças memoráveis. Pode-se constatar que passou por um processo revolucionário, tanto em termos de prática comercial, relativa a eficácia, qualidade e disponibilidade de infraestrutura de transporte e comunicação. Para muitas empresas representou uma fase de riscos e oportunidades. (FLEURY; WANKE; FIGUEREDO, 2000, pg 31).

A evolução da logística acompanha a da Administração e tem o objetivo de suprir a necessidade do consumidor fazendo com que o produto certo, na quantidade certa, no tempo certo, chegue no destino final com o mínimo custo possível. Assim, a logística pode oferecer uma rentabilidade nos serviços de distribuição para os clientes e consumidores. Muitas vezes os recursos estão espalhados e possivelmente o consumidor também, a logística é capaz de atender a demanda, entrega e distribuição do pedido.

De acordo com Novaes (2007, pág. 35), a logística procura também eliminar do processo tudo que não tenha valor para o cliente/empresa, ou seja, tudo que acarrete somente custos e perda de tempo. Por sua vez, a logística também envolve processos humanos, materiais, tecnológicos. Envolve também a otimização de recursos, uma vez que se baseia, por um lado, no aumento da eficiência e na melhoria do nível de serviços ao cliente.

Diante disso, pode-se conceituar logística adotando a definição do Supply chain management (gestão da cadeia de suprimentos), onde visa gerenciar todas as atividades relacionadas à organização interna e externa de uma empresa, garantindo a coordenação e integração entre todos os elos da cadeia, como fornecedores, consumidores e etc.

2.1.1 Evolução da Logística

A seguir, um quadro sobre a evolução da logística, dividida em quatro fases.

Quadro 1 – Evolução da Logística

Primeira fase: Atuação segmentada	As empresas procuravam formar lotes econômicos com o máximo de entregas no percurso para transportar seus produtos, ou seja, o enfoque era centrado nas possíveis economias que podiam ser obtidas com o uso de modos de transportes de menor custo, no emprego de veículos de maior capacidade e na busca de empresas transportadoras com fretes mais reduzidos. Nessa primeira fase da logística, o estoque era o elemento-chave no balanceamento da cadeia de suprimento.
Segunda fase: Integração rígida	Novas alternativas de escoamento dos fluxos logístico, com a utilização multimodal no transporte de mercadorias e os benefícios da introdução da informática. Uma forma de reduzir alguns efeitos negativos da racionalização era ampliar a abrangência do planejamento, incorporando outros setores da empresa, bem como fornecedores e clientes, mas era falho num aspecto importante. Não havia nenhuma flexibilidade nessa forma de planejamento: uma vez elaborado, permanecia imutável de forma rígida.
Terceira fase: Integração flexível	A terceira fase da Logística é caracterizada pela integração dinâmica e flexível entre os agentes da cadeia de suprimento, em dois níveis: dentro da empresa e nas inter-relações da empresa com seus fornecedores e clientes.
Quarta fase: integração estratégica (SCM)	A quarta fase da Logística se distingue principalmente das outras pelo surgimento de uma nova concepção no tratamento dos problemas logísticos. Trata-se do SCM – Supply Chain Management (Gerenciamento da Cadeia de Suprimento). Nessa nova abordagem, a integração entre os processos ao longo da cadeia de suprimento continua a ser feita em termos de fluxo de materiais, de informação e de dinheiro, mas, agora os agentes participantes atuam juntos e de forma estratégica, buscando os melhores resultados possíveis em redução de custos, desperdício e de agregação de valor para o consumidor final.

Fonte: Novais (2007, pág. 40 Apud).

Em linhas gerais, pode-se perceber que a cadeia de suprimentos levou o processo evolutivo mais longe e integrou vários elementos que participam da cadeia de forma sistêmica. Na primeira fase nota-se que as empresas buscavam evidenciar os processos logísticos dentro dos seus domínios.

Para evoluir os conceitos e práticas da cadeia de suprimentos foi necessário evoluir ao longo das diversas fases, atingindo um estágio desenvolvido o suficiente para viabilizar a cadeia de suprimentos. Para as empresas participarem efetivamente da cadeia de suprimentos é necessário passar por todas as fases 1,2 e 3, de maneira que se desprendam das formas logísticas convencionais.

2.1.2 Logística de suprimentos (Supply Chain Management)

No dia a dia existe ainda uma confusão sobre o conceito de cadeia de suprimentos e logística, embora sejam semelhantes há diferenças entre os termos.

Uma definição mais clara de cadeia de suprimentos é a integração dos processos de negócios desde o consumidor final até o consumidor primário, sendo a logística parte dos processos da cadeia que liga clientes e fornecedores. Nesse sentido, surge a expressão logística integrada (Luz Selene Buller, 2012, pág.53).

Segundo Ronald H. Ballou (2006) o gerenciamento da cadeia de suprimentos (GCS, ou SCM, do inglês supply chain management) é um termo surgido mais recentemente e que capta a essência da logística integrada e inclusive a ultrapassa. O gerenciamento da cadeia de suprimentos destaca as interações logísticas que ocorrem entre as funções logística e produção no âmbito de uma empresa.

Ronald H. Ballou (2010) explica que a cadeia de suprimentos abrange todas as atividades relacionadas com o fluxo e transformação de mercadorias desde o estágio da matéria-prima (extração) até o usuário final, bem como os respectivos fluxos de informação. Materiais e informações fluem tanto para baixo quanto para cima na cadeia de suprimentos. O gerenciamento da cadeia de suprimentos (GCS) é a integração dessas atividades, mediante relacionamentos aperfeiçoados na cadeia de suprimentos.

A cadeia de suprimentos possui elos que devem ser mantidos sempre muito coesos, pois se um deles se rompe, compromete toda a cadeia. Percebe-se daí a importância de uma excelente administração em diferentes níveis, para que possa assim ser assegurado uma boa desenvoltura e suprir as necessidades dos envolvidos na cadeia. Para uma empresa a tarefa mais árdua é ter uma cadeia de suprimentos bem equilibrada, balanceada, com elos firmes que mantenham a estabilidade e racionalidade na tomada de decisões (ABREU, 2009).

A construção de uma cadeia de suprimentos exige que a empresa conheça algumas informações sobre suas aplicações, como demanda a ser atendida, o nível de serviço exigido pelo consumidor final, localização da maioria dos clientes e os custos envolvidos. O autor Brustello (2006), expõe os elementos básicos que devem conter uma cadeia de suprimentos, que são:

Quadro 02 – Elementos de uma cadeia de suprimentos

Produção	Nessa etapa o foco principal pela empresa deve ser no que o cliente procura e na demanda requerida pelo mercado, se preocupando mais com a qualidade, valor e quantidade produzida.
Fornecedor	A empresa deve buscar fornecedores que fabriquem na maior capacidade com o menor tempo e menor custo possível, onde a terceirização se torna uma possibilidade quando a empresa não tem como objetivo a fabricação de tipos de componentes dos produtos fabricados.
Estoque	Esse é um importante ponto da cadeia de suprimentos, onde a empresa precisa escolher entre um estoque que lhe custará um alto valor, ou nenhum estoque. Um exemplo é o estoque enxuto (por encomenda) que pode haver comprometimento da demanda e perda de clientes
Localização	Aqui a empresa deve planejar onde será sua sede, levando em conta sua demanda de mercado e satisfação dos clientes, considerando a localização das linhas de produções, dos centros de distribuições e estoque.
Transporte	A empresa precisa ter sempre em mente que o modo de

	transporte é correto crucial, pois 30% do custo do produto é compreendido pelo transporte.
Informações	A empresa precisa saber utilizar as informações adquiridas internamente e de seus clientes para melhorar o feedback da sua cadeia de produção

Fonte: Adaptado Brustello (2006)

Através dos conceitos do autor é importante frisar que na cadeia de suprimentos, não é somente necessário realizar uma entrega dos produtos rápida e com um preço justo ou acessível, com uma qualidade realizada no padrão e serviços otimizados oferecido ao consumidor, mas sim viabilizar a minimização dos custos envolvidos. Deve-se considerar a velocidade da entrega, pois é um fato essencial para obter o sucesso no mercado, também é importante a formalização das características próprias de trabalho em uma empresa.

3 METODOLOGIA

Os objetivos dessa pesquisa foram baseados em pesquisa exploratória, descritiva e baseados em um estudo de caso. O autor Andrade (2017) descreve pesquisa descritiva quando os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem o pesquisador interfira. Assim, os fenômenos do mundo físico e humano são estudos, mas não há a interferência do pesquisador.

Um trabalho de natureza exploratória envolve um levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que possivelmente tem ou tiveram experiência com o problema pesquisado ou analisado. Possui a finalidade esclarecer e modificar ideias para a formulação de abordagens posteriores (GIL, 1999, p. 43). O objetivo desse tipo de pesquisa é levantar informações e não obter fatos.

Estudo de caso se baseia em várias fontes de evidência, esse meio de pesquisa, apoia-se nas proposições teóricas já pré-estabelecidas para conduzir uma coleta e análise dos dados (YIN, 2001).

Quanto aos procedimentos metodológicos, toda a construção e base da introdução e referencial teórico foram baseados em pesquisa bibliográficas, realizadas através de vários artigos, livros, sites.

Marconi e Lakatos (1992), descrevem uma pesquisa bibliográfica como o levantamento de pesquisas já publicadas, em forma de livros, revistas publicações e imprensa escrita. A sua finalidade é fazer o pesquisador entrar em contato com todo o material escrito sobre determinado assunto, auxiliando sobre o assunto no decorrer de pesquisas ou manipulações de informações. Esse tipo de pesquisa é o primeiro passo para toda pesquisa científica.

Para a conclusão do artigo, foi realizado uma visita a empresa Toop Beer. A coleta de dados se deu através de uma entrevista não estruturada com o intuito de responder os objetivos propostos para análise dos dados obtidos.

4 DESENVOLVIMENTO

A distribuidora Toop Beer é situada na cidade de Água branca PI, considerada uma potência econômica devido ao forte comércio. Surgiu em setembro de 2020 quando a proprietária resolveu abrir seu próprio negócio, motivada pela própria necessidade de complementar sua renda. No começo a variedade de mercadoria era pequena, pois demandava de um investimento maior.

Atualmente a empresa trabalha com um investimento mais extenso, e sempre procura trazer novas bebidas que surgem no mercado para seus clientes. As tabelas a seguir apresentarão a relação dos produtos e seu lote de compra necessário para a aquisição no atacado (lote mínimo para compra por produto), seu preço de venda no atacado e varejo e o volume de vendas periódicas.

Tabela 1 – Portifólio de cervejas vendidas em caixa

PRODUTO	LOTE DE COMPRA NO ATACADO	PREÇO DE VENDA NO ATACADO	PREÇO DE VENDA NO VAREJO	VOLUME DE VENDA
BRAHMA	24 uni	R\$ 119	R\$5,50	Alto
SKOL	24 uni	R\$ 119	R\$5,50	Alto
LOKAL	24 uni	R\$ 78	R\$ 4,00	Baixo
IMPERIO	24 uni	R\$ 115	R\$ 5,00	Alto
SKOL P. MALTE	24 uni	R\$ 119	R\$ 5,5	Alto
BOHEMIA	24 uni	R\$ 119	R\$ 5,50	Alto
100%	24 uni	R\$ 115	R 5,50	Baixo
DUPLO MALTE	24 uni	R\$ 129	R\$ 5,50	Alto
DEVASSA	24 uni	R\$ 112	R\$ 5,00	Alto

Fonte: elaborado pelo autor

A tabela 2 mostra a quantidade de refrigerantes e sucos vendido na empresa. De acordo com marca e tamanho.

Tabela 2 – Portifólio de refrigerantes

PRODUTO	LOTE DE COMPRA NO ATACADO	PREÇO DE VENDA NO ATACADO	PREÇO DE VENDA NO VAREJO	VOLUME DE VENDA
COCA COLA 1 L	12 uni	R\$ 43	R\$8,00	Alto
COCA COLA 2 L	12 uni	R\$ 41	R\$	Alto
COCA COLA 1,5 L	12 uni	R\$ 31	R\$6,0	Alto
GUARANA 2 L	12 uni	R\$ 39	R\$7,00	Alto
GUARANA 1,5 L	12 uni	R\$ 31	R\$6,00	Alto
SUKITA 2 L	12 uni	R\$ 39	R\$7,00	Baixo

Fonte: elaborado pela autora

A tabela 3 mostra a diversidade de cervejas em latas vendida na empresa.

Tabela 3 – Cervejas vendidas em lata

PRODUTO	LOTE DE COMPRA NO ATACADO	PREÇO DE VENDA NO ATACADO	PREÇO DE VENDA NO VAREJO	VOLUME DE VENDA
SKOL	12 uni	R\$ 31	R\$ 31	Alto
SUBZERO	12 uni	R\$ 28	R\$ 28	Alto
GLACIAL	12 uni	R\$ 23	R\$ 23	Baixo
ITAIPAVA	12 uni	R\$ 27	R\$ 28	Alto
100% MALTE	12 uni	R\$ 30	R\$ 30	Baixo
PETRA	12 uni	R\$ 32	R\$ 32	Baixo
IMPERIO	12 uni	R\$ 32	R\$ 32	Baixo
LOKAL	12 uni	R\$ 24	R\$ 25	Alto
BRAHMA CHOOP	12 uni	R\$ 34	R\$ 34	Alto
BRAHMA REFRESH	12 uni	R\$ 28	R\$ 28	Baixo
ANTARTICA	12 uni	R\$ 29	R\$ 29	Alto

AMSTEL	12 uni	R\$ 34	R\$ 34	Baixo
BRAHMA DUPLO MALTE	12 uni	R\$ 37	R\$ 37	Alto

Fonte: elaborado pela autora

A tabela 4 mostra as cervejas long neck, apesar de não possuir muita variedade é vendido um volume alto .

Tabela 4 – Bebidas Long Neck

PRODUTOS	LOTE DE COMPRA NO ATACADO	PREÇO DE VENDA NO ATACADO	PREÇO DE VENDA NO VAREJO	VOLUME DE VENDA
HEINEKEN	6 uni	R\$ 36	R\$ 6	Alto
BUDWEISER	5 uni	R\$ 30	R\$ 5	Alto
IMPERIO	12 uni	R\$ 54	R\$ 5	Alto

Fonte: elaborado pela autora

Pelo tempo de mercado, a empresa já possui uma clientela e é conhecida pela cidade. Contudo, a mesma também faz suas divulgações pelas redes sociais e pelo método tradicional boca a boca, onde os clientes a procuram para tirar suas dúvidas e fazer seus pedidos.

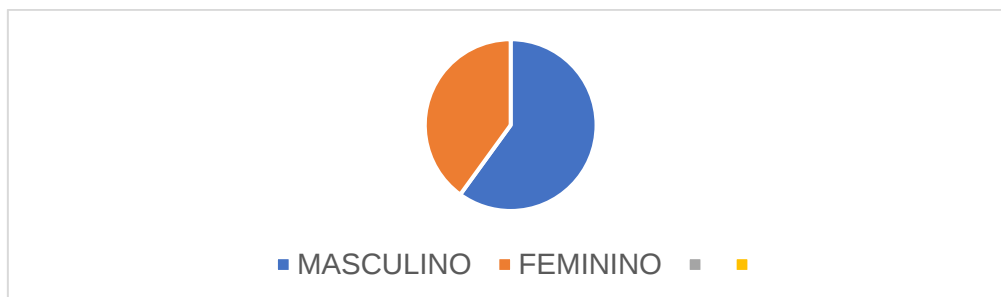
Em Água Branca, a toop beer não é a única nesse ramo de bebidas. Desde o ano de abertura da empresa surgiram novos concorrentes vendendo os mesmos produtos em seus estabelecimentos, e concorrendo com o que é vendido pela mesma. As empresas concorrentes são as várias distribuidoras espalhadas pela cidade, que trabalham com a venda dos mesmos produtos encontrados na empresa. Além disso, alguns comércios locais também acabam concorrendo, pois também vendem produtos parecidos, mesmo não tendo o foco na venda de bebidas. Ainda que ambas as empresas vendam produtos que concorrem com os produtos da toop beer, o impacto destes concorrentes não chega a ser algo crítico para a empresa.

A empresa trabalha com 6 fornecedores, onde há uma visita semanal e a proprietária repassa os produtos para a compra semanal da empresa. Somente os produtos da AmBev são realizados pelo próprio site. Além disso, ela tem um diferencial em relação aos seus concorrentes. Quando um cliente não encontra alguma mercadoria na loja, ele pode fazer um pedido a toop beer. A mesma repassa esse pedido aos seus fornecedores, que fazem a entrega na semana seguinte. Quando o produto solicitado chega na loja, os clientes são informados e avisados, para retirar na loja ou a empresa entrega por delivery.

A distribuidora consegue se diferenciar dos demais, pois é uma das poucas na cidade que faz esse atendimento de demanda exclusiva. Conseguindo fidelizar seus clientes, trazendo facilidade para encontrar os produtos solicitados. Esse processo evidencia que mesmo a empresa comprando mais produtos que os solicitados, não será algo que prejudique a gestão de estoque, visto que a mesma possui um bom giro de estoque. Os produtos são armazenados em locais distintos, para facilitar o controle de estoque se faz necessário o uso do aplicativo TRINTA. Esse aplicativo foi criado para que pequenos negócios administrem suas finanças. Gerenciando suas vendas, gastos e estoque.

Para aplicação do questionário quanto a satisfação dos clientes, foi realizado com 50 pessoas.

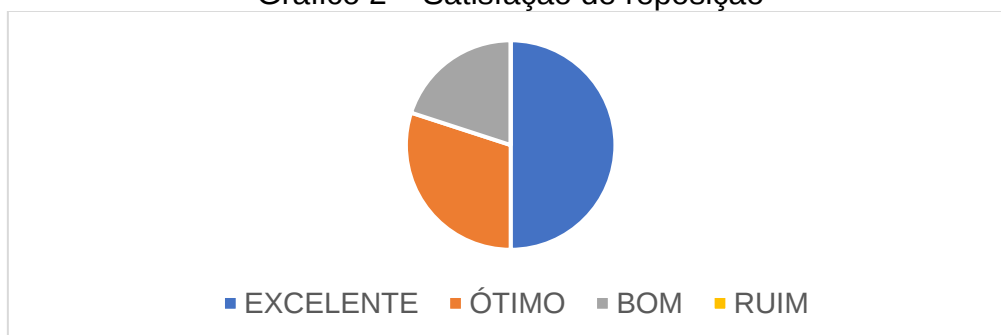
Gráfico 1 – Quantidade em relação ao sexo



Fonte: elaborado pela autora.

Em um breve levantamento sobre o perfil do consumidor, 30% foram do sexo masculino e 20% feminino, nota-se que o sexo masculino é em grande parte predominante, mas o sexo feminino também tem uma representatividade muito grande. Constatou também que parte dos entrevistados 25% eram casados, 17 % solteiro e 8% divorciado.

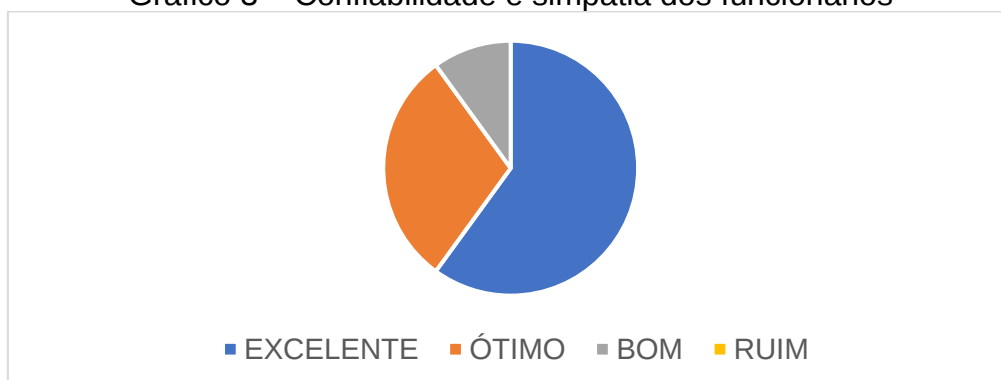
Gráfico 2 – Satisfação de reposição



Fonte: elaborado pela autora.

Em relação a logística de reposição dos produtos 25% optaram por excelente, 15% optaram por ótimo e 10% optaram por bom. Nenhum cliente optou por ruim quanto a reposição, nota-se que a empresa está sempre atenta ao seu estoque para satisfazer seus clientes.

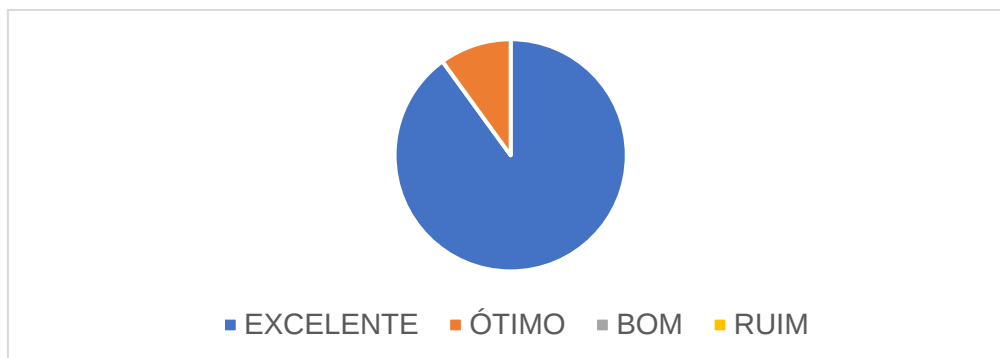
Gráfico 3 – Confiabilidade e simpatia dos funcionários



Fonte: elaboração pela autora.

No quesito de responsabilidade e confiabilidade dos funcionários 30% optaram por excelente, 15% por ótimo e 5% por bom, nenhum cliente optou por ruim. Logo percebe-se que a empresa tem credibilidade e a confiança com seus clientes.

Gráfico 4 – Satisfação em relação ao preço dos produtos e pagamento



Fonte: elaborado pela autora.

No gráfico exposto percebe-se a satisfação dos clientes em relação ao preço e pagamento dos produtos. 45% optaram por excelente, 5% optaram por ótimo e nenhum cliente optou por bom ou ruim. Nesse aspecto é perceptível que a empresa já tem um diferencial competitivo.

5 ANÁLISE

Para a elaboração deste trabalho, as informações foram coletadas e apresentada durante o mês de maio de 2022.

Semanalmente, são realizados 1 pedidos de produtos para cada fornecedores. A empresa realiza o planejamento estratégico do controle de estoque através da contabilidade de produtos e a partir disso é realizada a projeção de vendas. Analisando a frequência de vendas semanal é possível perceber que o maior volume de vendas aos finais de semana é superior aos dias de segunda a sexta, diante disso a gestora identificou que é necessário realizar um pedido maior durante a semana para ser consumido na semana de modo que supra a medias de vendas mensais realizadas pela empresa.

A empresa trabalha com vendas no atacado e varejo, para as vendas no atacado de cervejas em litro é necessária uma compra mínima de 24 unidades e já as cervejas em latas e refrigerantes a partir de 12 unidades. Essa logística de vendas é suficiente para atender a demanda regular, sem considerar alguns pedidos sob demanda.

O portfólio da empresa possui aproximadamente 40 tipos de produtos, que são classificados por marca e volume. A ilustração abaixo mostra algumas partes dos produtos disponibilizados no estoque da empresa, no mostruário.

Ilustração 1 – foto do mostruário de parte dos produtos da empresa

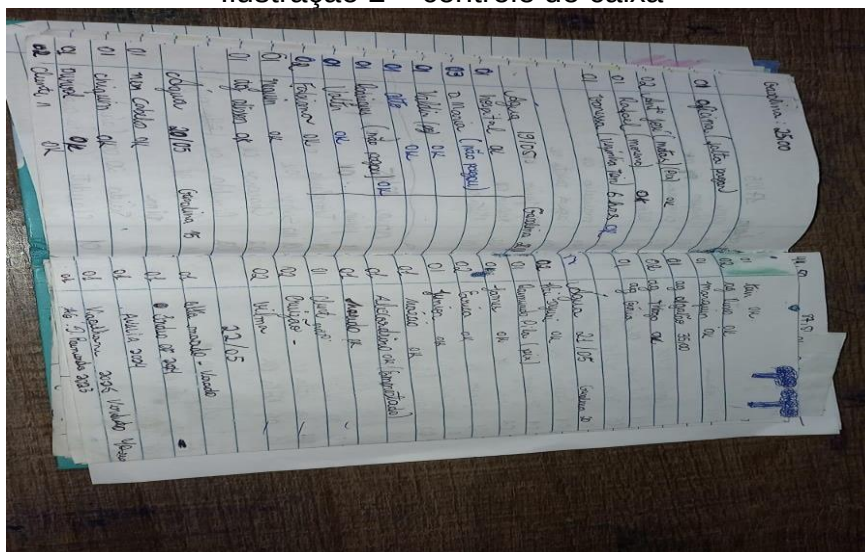


Fonte: elaborado pela autora

Após análise foi constatado que os produtos com maior número de procura foram: skol em lata, brahma 600 ml, skol 600 ml, lokal 600ml, água mineral. Desta forma, esses pedidos são utilizados para complementar pedidos mínimos realizados pela empresa para atender os pedidos sob demanda dos clientes.

O controle de estoque e vendas da empresa, como já foi citado, é realizado pelo aplicativo TRINTA. Entretanto, identificou-se que é necessário um maior controle em relação ao que é vendido e estocado, pois muitas vezes o aplicativo se mostra lento podendo dificultar no processo de pedidos. Esse controle também é feito de forma manual, conforme apresentado na ilustração.

Ilustração 2 – controle de caixa



Fonte: elaborado pela autora

Esse processo demanda muito esforço de quem controla e gerencia estes fluxos, podendo não apresentar de forma clara as informações para a tomada de decisão gerencial da empresa no que se refere ao controle de estoque.

6 CONCLUSÃO

Este trabalho busca mostrar a análise da logística de suprimentos como um diferencial competitivo: estudo de caso na empresa toop beer. Nota-se a importância dessa ferramenta que vem ocupando cada vez mais destaque dentro das organizações. Baseado nessa consideração, pode-se afirmar que a logística de suprimentos é satisfatória e gera um diferencial nas operações, e consequente aumento de competitividade da mesma frente aos seus concorrentes. Pode-se concluir que o desempenho que da distribuição é essencial para a integração das atividades da logística e para que atinja seus objetivos, garantindo a disponibilidade de produtos no mercado e prontos consumidores, no tempo exato e na condição desejada ao menor custo possível.

Com esse trabalho sugere-se que a gestora adote as seguintes medidas: fazer o uso do aplicativo NEX, visto que o uso do TRINTA apesar de ser eficiente se mostra lento e demorado as vezes, sendo necessário anotar no caderno. O nex é um sistema que se encontra na internet para baixar, com pacotes de uso gratuito, que facilitará o controle de estoque, entrada e saídas de produtos, com avisos de estoque baixo e pode ser feito o acompanhamento de seu estoque onde estiver

através do uso do aplicativo no celular. Esse sistema gera uma lista com todas as movimentações de estoque de mercadoria e confere facilmente os detalhes de cada operação como: data, hora, quantidade, funcionário, motivo da transação (compra, venda, devolução, correção de estoque etc.).

Como o atual sistema para controle dos fluxos de entrada e saída gera lentidão sendo necessário usar o caderno, a utilização de um sistema como o nex enriquece a qualidade da informação gerada, apresentando de forma precisa o volume de saída de cada. Além de tornar dispensável o uso do caderno manual.

Propõe-se também que a gestora fazer mais uso das mídias sociais, investindo em mais divulgações como vídeos, fotos, buscando formas de interagir com seu consumidor. As redes sociais é uma fonte indispensável de dados para entender melhor a perspectivas e desejo do consumidor final, podendo ser uma forma importante de propulsionar as vendas da empresa.

REFERÊNCIAS

Abertura de novas empresas no Piauí, Jucepi.gov,2020. Disponível em: <http://www.jucepi.pi.gov.br/noticia.php?id=537>.

ABREU, Valter Serra de. **Cadeia de Suprimentos Bem Administrada, Fonte de Vantagem Competitiva**. Publicado em: 05/Março/2009. Disponível em: <http://www.ogerente.co.br/novo/columasler.php?canal=11&canallocal=41&canalsub=132&id=2274>. Acesso em 21/novembro de 2021

ANDRADE, Maria Margarida. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 7 ed. São Paulo. Editora Atlas, 2006.

BALLOU, Ronald H. **Logística Empresarial: transportes, administração de materiais, distribuição física**. 1ed.-22. reimp- São Paulo: Atlas,2010.

BALLOU, Ronald H.; **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: Logística Empresarial**. 5ªEd. Editora Artmed Editora S.A; Porto Alegre- RS, 2004.

BOWERSOX, Donald J; COOPER, M.Bixby; CLOSS, David J. **Gestão Logística de Cadeias de Suprimentos**. São Paulo: Artmed, 2006.

BRUSTELLO, Alexandre de Carvalho; SALGADO, Manoel Henrique. **Elementos Básicos de uma Cadeia de Suprimentos**. Publicado em: 19/Agosto/2006. Disponível em: <http://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais13/artigos/677.pdf>. Acesso em: 11/Março/2012

Buller, Luz Selene. **Logística empresarial** / Luz Selene Buller. - Curitiba, PR : IESDE Brasil, 2012.126p. : Acessado em 24/novembro/2021; Disponível em: https://www.academia.edu/32353958/Funda%C3%A7%C3%A3o_Biblioteca_Nacional_LOG%C3%8DSTICA_EMPRESARIAL.

CAMPI, Márcio Elídio. **A Importância do Supply Chain Management – SCM**. Publicado em: 04/Outubro/2010. Disponível em: <http://www.artigonal.com/administracao-artigos/a-importancia-do-supply-chain-management-scm-3401744>.

FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, Kleber Fossati. **Logística Empresarial: a perspectiva brasileira**. São Paulo: Atlas, 2001

FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, Kleber Fossati. **Logística Empresarial: a perspectiva brasileira**. São Paulo: Atlas, 2000.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

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

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

NOVAES, Antônio Galvão. **Logística e Gerenciamento da cadeia de distribuição**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. Acessado em 22/novembro/2021; Disponível em: https://www.academia.edu/40130206/LOG%C3%8DSTICA_E_GERENCIAMENTO_DA_CADEIA_DE_DISTRIBUI%C3%87%C3%83O.

Yin, R.K(2001). **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre, RS: Bookman.