

A LOGÍSTICA URBANA COMO ESTRATÉGIA DE VENDAS NO COMÉRCIO: um estudo do caso do município de Taquaritinga – SP

URBAN LOGISTICS AS A STRATEGY OF SALES IN COMMERCE: a study of the case of the municipality of Taquaritinga – SP

Maria Augusta de Melo Rapatão – m.augusta_mello@hotmail.com
Guilherme Augusto Malagolli – guilherme.malagolli@fatectq.edu.br
Luiza Eid de Mello – luiza.eid@hotmail.com
João De Lucca Filho – joao.lucca@fatectq.edu.br
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (FATEC) – SP – Brasil

DOI: 10.31510/infa.v15i1.339

RESUMO

As estratégias de vendas, objeto de estudo de áreas como propaganda e marketing, também estão ligadas à logística. A compreensão da demanda por um produto ou serviço é de importância fundamental para o planejamento de seu transporte e armazenagem. Entretanto, nota-se que além do foco no produto, a logística de transporte de pessoas também é fundamental para a compreensão da sistemática de vendas no varejo, especialmente no que se refere ao do acesso dos consumidores ao produto desejado. Parte-se do princípio de que quanto mais acessível estiver a mercadoria, maiores serão as chances da venda se concretizar. Assim, o objetivo principal deste estudo é analisar a relação existente entre as vendas no comércio com o acesso dos consumidores aos produtos procurados. Para ilustrar na prática as relações teóricas abordadas neste estudo, optou-se pelo caso específico do comércio varejista do município de Taquaritinga, localizado no interior do estado de São Paulo. Como metodologia de pesquisa, foi realizada uma pesquisa de campo em que foram entrevistados 163 comerciantes do município de Taquaritinga. Na conclusão pôde-se constatar que a falta de vagas livres implica em falta de praticidade e se torna um empecilho ao aumento das vendas.

Palavras-chave: rotatividade. vagas. comerciantes. veículos.

ABSTRACT

Sales strategies, object of study of areas such as advertising and marketing, are also linked to logistics. Understanding the demand for a product or service is of fundamental importance for the planning of its transportation and storage. However, it should be noted that in addition to the product focus, the transportation of people logistics is also fundamental for understanding the systematic sales in retail, especially regarding the access of consumers to the desired product. It is assumed that the more accessible the merchandise, the greater the chances of the sale coming to fruition. Thus, the main objective of this study is to analyze the relationship between sales in commerce and consumer access to products sought. To illustrate in practice the theoretical relations addressed in this study, we chose the specific case of the retail trade of the municipality of Taquaritinga, located in the interior of the state of São Paulo. As a

research methodology, a field survey was conducted in which 163 traders from the municipality of Taquaritinga were interviewed. In the conclusion, it was verified that the lack of free spaces implies lack of practicality and becomes a hindrance to the increase of sales.

Keywords: turnover. vacancies. traders. vehicles.

1 INTRODUÇÃO

Para a formulação das estratégias de vendas no comércio varejista, preocupa-se entre tantas outras variáveis com a entrega do produto ou serviço a ser vendido. Muitos estudos acadêmicos e corporativos mostram a importância de um bom planejamento da entrega e da armazenagem do produto para que o cliente seja rapidamente satisfeito na sua decisão de compra.

Assim, as estratégias de vendas, objeto de estudo de áreas como propaganda e marketing, também estão ligadas à logística. A compreensão da demanda por um produto ou serviço é de importância fundamental para o planejamento de seu transporte e armazenagem, destacando-se o dimensionamento da capacidade de empreendimentos, a análise da viabilidade de projetos de investimentos, o estabelecimento de estratégias de competição entre empresas, a política da escolha modal, as decisões das ações governamentais para alocação de recursos que venham possibilitar melhorias para o usuário do serviço, entre outros (PEREIRA; OLIVEIRA, 2014).

De acordo com Christopher (2010), o consumidor pode ser influenciado pelo preço ou pelas percepções da imagem do produto ou serviço oferecidos, mas também é muito influenciado pela disponibilidade do produto. Ainda segundo o autor, a disponibilidade está relacionada à possibilidade de aquisição daquele produto desejado no momento em que o consumidor quiser.

Neste contexto, nota-se que além do foco no produto, a logística de transporte de pessoas também é fundamental para a compreensão da sistemática de vendas no varejo, especialmente no que se refere ao do acesso dos consumidores ao produto desejado. Parte-se do princípio de que quanto mais acessível estiver a mercadoria, maiores serão as chances da venda se concretizar. Assim, o objetivo principal deste estudo é analisar a relação existente entre as vendas no comércio com o acesso dos consumidores aos produtos procurados. O objetivo específico é a proposição de ações para a melhoria de desempenho das vendas no comércio a partir das relações observadas no objetivo principal.

Para ilustrar na prática as relações teóricas abordadas neste estudo, optou-se pelo caso específico do comércio varejista do município de Taquaritinga, localizado no interior do estado de São Paulo. Como metodologia de pesquisa, foi realizada uma pesquisa de campo em que foram entrevistados 163 comerciantes do município de Taquaritinga. A pesquisa foi realizada com o apoio da Associação Comercial e Industrial de Taquaritinga, que também forneceu informações coletivas acerca dos hábitos de vendas dos comerciantes locais e, assim, também constituiu um agente importante de pesquisa.

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória e descritiva. As pesquisas exploratórias são usadas quando pouco se conhece o assunto. Assim, o objetivo de uma pesquisa exploratória é compreender um assunto ainda pouco estudado. O estudo de caso, dentro de uma pesquisa exploratória, refere-se a uma situação, entidade ou conjunto de entidades que têm um mesmo comportamento ou são do mesmo perfil (GIL, 2006).

A pesquisa descritiva procura observar, registrar, analisar, classificar e interpretar os fatos ou fenômenos (variáveis), sem que o pesquisador interfira neles ou os manipule. Este tipo de pesquisa tem como objetivo fundamental a descrição das características de determinada população ou fenômeno. Além disso, a pesquisa descritiva estabelece relações entre variáveis, visando analisar as características de um objeto de estudo. Uma das características de uma pesquisa descritiva é a utilização de técnicas padronizadas de coletas de dados, tais como o questionário e a observação sistemática, e instrumentos como a observação e o formulário. A metodologia específica do estudo de caso será detalhada no item 4 deste estudo.

O universo de pesquisa são os comerciantes do município de Taquaritinga e o referencial teórico utilizado está focado na logística urbana, especialmente no que se refere ao acesso dos consumidores aos produtos que se deseja comprar.

2 A LOGÍSTICA URBANA DE TRANSPORTES

O conceito de logística pode sofrer alterações de acordo com os diversos autores e épocas de estudo. Segundo Christopher (2010), a logística é...

[...] o processo de gerenciamento estratégico da compra, do transporte e da armazenagem de matérias-primas, partes e produtos acabados (além de fluxos de informação relacionados) por parte da organização e seus canais de marketing, de tal modo que a lucratividade atual e futura sejam maximizadas mediante a entrega de encomendas com o menor custo associado (CHRISTOPHER, 2009, p.3).

A partir desta definição, percebe-se que as ações que aprimorem a distribuição de mercadorias nos centros urbanos são fundamentais para garantir a dinâmica da economia, a melhoria da mobilidade urbana e a qualidade de vida na região. Taniguchi et al (2001) argumenta que este objetivo está intimamente ligado ao conceito de logística urbana que é um processo de otimização das atividades de logística e transporte realizadas por companhias privadas com suporte de sistema de informação avançado em áreas urbanas, considerando congestionamento, segurança e economia de energia na dinâmica do mercado (TANIGUCHI *et al.*, 2001).

Dentre as soluções adotadas para disciplinar o fluxo de veículos de carga nos centros urbanos, Taniguchi *et al.* (2001) destacam um conjunto de alternativas que incluem sistemas de informação avançado, sistema cooperativo de transporte, terminais logísticos públicos, compartilhamento de carga, sistema subterrâneo de entregas e controle de acesso às áreas urbanas. No Brasil, as experiências envolvendo soluções de logística urbana ainda são tímidas, podendo-se destacar a restrição ao tráfego de veículos de carga nos centros urbanos e regulamentação de vagas para carga e descarga. No que tange a última solução implementada na maioria das cidades brasileiras, observa-se elevada ocupação irregular das vagas de carga e descarga, que conduz a questionamentos acerca da ociosidade das vagas e da legislação vigente (OLIVEIRA, 2014).

3 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE TAQUARITINGA

O município de Taquaritinga está localizado no interior do estado da São Paulo, a uma distância de 337 km da capital do estado e conta com uma população de 53.988 habitantes (IBGE, 2018).

A economia do município está amplamente baseada no agronegócio, especialmente na cana de açúcar e na fruticultura, com destaque para as culturas de goiaba, manga, cítricos e tomate. O setor comercial também se destaca na economia local.

De acordo com o IBGE (2018), o 2015, o salário médio mensal era de 2.1 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 22.2%. Na comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 424 de 645 e 301 de 645, respectivamente. Já na comparação com cidades do país todo, ficava na posição 1559 de 5570 e 1133 de 5570, respectivamente. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 30.1% da população nessas condições, o que o

colocava na posição 402 de 645 dentre as cidades do estado e na posição 4650 de 5570 dentre as cidades do Brasil (IBGE, 2018).

Nos setores de comércio e da prestação de serviços, as empresas são diversificadas: supermercados, despachantes, bancos, laboratório de análise clínica, farmácias, lojas de roupas e celulares, transportadoras, oficinas, dentre outras. O comércio é intenso na região central da cidade e também se destaca em avenidas de grande fluxo de veículos e em bairros como a Vila São Sebastião (PREFEITURA MUNICIPAL DE TAQUARITINGA, 2015).

4 METODOLOGIA DE PESQUISA DO ESTUDO DE CASO

O estudo de caso consistiu em uma pesquisa empírica com os comerciantes do município de Taquaritinga e com a Associação Comercial e Industrial – ACIT, como representante de classe dos comerciantes. Esta pesquisa teve como objetivo compreender a dinâmica do comércio a partir de aspectos logísticos, mediante o próprio ponto de vista dos comerciantes, tanto proprietários quanto empregados.

Para isso, como instrumento de pesquisa, optou-se pela aplicação de um questionário. Segundo Gil (2006), pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas e situações vivenciadas pelas pessoas. Na maioria das vezes, o questionário é apresentado por escrito aos respondentes. Nestes casos, costumam ser denominados questionários autoaplicados. Porém, nas situações em que o questionário for aplicado oralmente pelo pesquisador, devem ser designados como questionários aplicados com entrevista ou formulários (GIL, 2006).

Ainda segundo Gil (2006), a utilização do questionário apresenta uma série de vantagens e de desvantagens à realização da pesquisa. Entre as principais vantagens da utilização do questionário, destacam-se:

1. A possibilidade de atingir um grande número de pessoas, mesmo que estejam dispersas em uma área geográfica;
2. A implicação de custos mais baixos com pessoas, dado que o questionário não depende de treinamento dos pesquisadores;
3. A garantia de anonimato das respostas;

4. Permite que as pessoas respondam no momento em que julgarem mais conveniente;
5. Não expõe o pesquisado às influências das opiniões pessoais do pesquisador.

A partir destas considerações de Gil (2006), o modelo de questionário aplicado através de entrevistas é o mais adequado à pesquisa proposta neste trabalho. Este procedimento, além de atender a maior parte das vantagens da utilização de questionários, evita algumas das suas limitações como, por exemplo, quanto à formação educacional do entrevistado, seu entendimento das questões, preenchimento correto das questões e garantia de respostas.

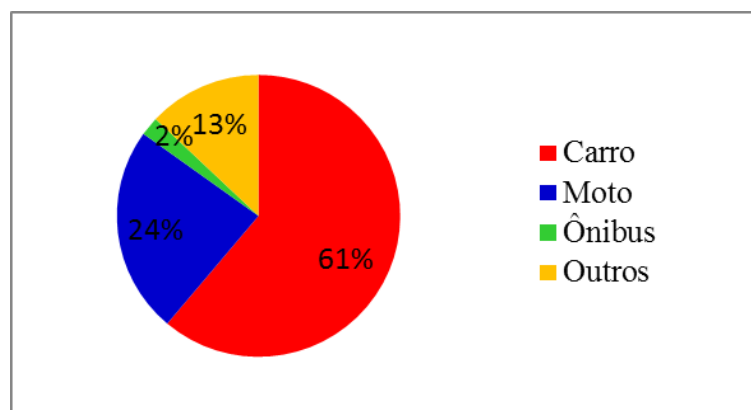
Desta forma, foi elaborado um questionário com 18 questões aplicado em 163 estabelecimentos comerciais, envolvendo opiniões sobre assuntos atuais e sugestões para ações futuras no comércio local. O critério para selecionar o entrevistado foi procurar quem realmente vivenciava, diariamente, o comércio local, seja o proprietário ou algum funcionário representativo.

Procurou-se cobrir uma região geográfica relevante para a obtenção de resultados mais amplos. Foram entrevistados comerciantes da Vila São Sebastião, bairro com um fluxo comercial relevante na periferia da cidade, comerciantes da Avenida Paulo Scandar, avenida importante para o fluxo de veículos da cidade e, especialmente, os comerciantes localizados na região central da cidade.

5 ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS

O questionário aplicado continha 18 questões divididas em áreas de interesses como identificação do setor em que o estabelecimento atua, localização geográfica, cotidiano de vendas e relação com a ACIT. Na área do cotidiano de vendas, algumas questões abordavam especificamente a logística no dia a dia do comerciante. As respostas foram comparadas para que se pudesse analisar como o tema afeta as vendas no varejo.

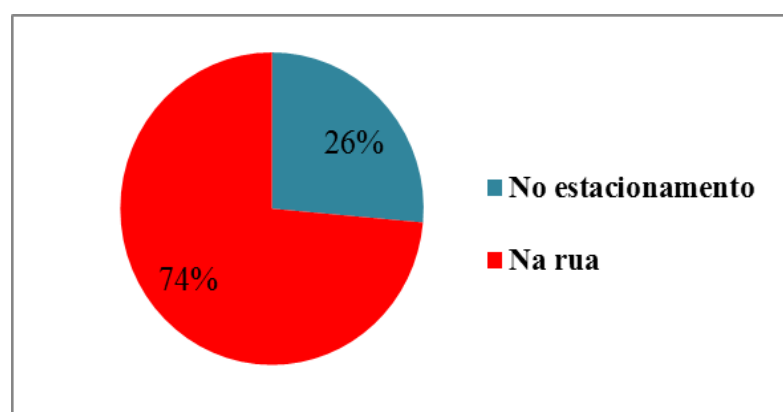
Neste contexto, a pergunta “Como costuma vir ao trabalho?” trouxe as respostas em porcentagens ilustradas no gráfico 1.

Ilustração 1 - Como costuma vir ao trabalho?

Fonte: elaborado pelos autores (2018)

Pelas respostas apresentadas, 61% dos comerciantes costumam ir para o trabalho de carro. Ao se incluir os que costumam ir de moto, a porcentagem chega a 85%. Portanto, apenas 15% dos entrevistados não costumam utilizar veículo próprio para se locomover ao trabalho. Em dias de chuva, a quantidade de entrevistados que utiliza veículos próprios aumenta consideravelmente.

Outra questão diretamente ligada ao tema busca saber o local em que os veículos são estacionados. As respostas revelaram que 74% dos entrevistados estacionam os veículos na rua, em frente ao seu estabelecimento comercial. As respostas estão representadas no Gráfico 2.

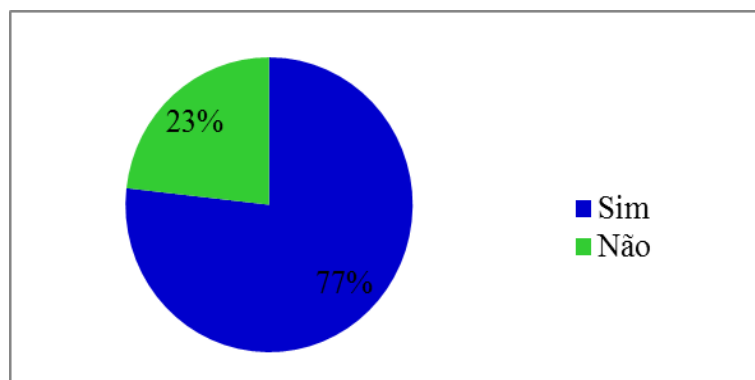
Ilustração 2 - Costuma estacionar o carro?

Fonte: elaborado pelos autores (2018)

Apesar da grande dos entrevistados costumarem estacionar os carros na rua, 77% deles declararam ser favoráveis à Área Azul por considerarem que ela estimula a rotatividade de

clientes. Entretanto, o fato de os comerciantes e funcionários estacionarem os veículos na rua, a existência de Área Azul implica em um custo para manter o veículo estacionado.

Ilustração 3 - É a favor da Área Azul?



Fonte: elaborado pelos autores (2018)

Desta forma, nota-se que o fato dos comerciantes e funcionários irem para o trabalho majoritariamente com veículos próprios e os estacionarem em frente ao estabelecimento comercial reduz o número de vagas livres para os consumidores. A falta de vagas livres implica em falta de praticidade e se torna um empecilho ao aumento das vendas. Além disso, manter o veículo estacionado o dia todo na rua, sob o regime de Área Azul, proporciona um custo para o proprietário do veículo.

6 CONCLUSÃO

O estudo realizado conseguiu atingir os objetivos propostos na medida em que obteve as informações reveladoras dos problemas logísticos que, de alguma forma, comprometem o fluxo de comércio local. Um dos principais resultados da pesquisa foi a identificação que as vagas de carga e descarga estão sendo utilizadas, majoritariamente, por veículos dos proprietários e funcionários dos estabelecimentos comerciais.

A pesquisa objetiva fornecer contribuições para superar os desafios que a logística na cidade de Taquaritinga-SP costuma enfrentar, sobretudo, nesses tempos atuais os comerciantes sofrem com a falta de rotatividade devido à ausência de estacionamentos particulares e corte do Estacionamento Rotativo (Área Azul). Essa análise só foi concretizada após entrevistar 163 comerciantes.

Para mensurarmos a quantidade de automóveis estacionados na rua, uma das perguntas aplicadas era relacionada ao modo como o funcionário se dirigia ao estabelecimento que trabalha. Estima-se que 61% (aproximadamente 100 comerciantes/funcionários) utilizam o

carro como meio de locomoção, 24% (aproximadamente 39 comerciantes/funcionários) utilizam a moto, 13% (aproximadamente 21 comerciantes/funcionários) utilizam outros meios e 2% (aproximadamente 3 comerciantes/funcionários) utilizam ônibus.

Com a ausência dos estacionamentos, cerca de 74% (aproximadamente 121 comerciantes/funcionários) estacionam seus veículos na rua principal do comércio e apenas 26% (aproximadamente 42 comerciantes/funcionários) estacionam no estacionamento do próprio estabelecimento. Esse índice prejudica as vendas desses próprios comerciantes, pois muitas vezes os clientes deixam de comprar no comércio por não encontrar vaga para estacionar.

Outra análise foi o corte do Estacionamento Rotativo, cerca de 77% dos comerciantes (aproximadamente 126 comerciantes/funcionários) são a favor da cobrança da Área Azul e apenas 23% (aproximadamente 37 comerciantes/funcionários) são contra, por conta de não saber para onde é destinado o valor adquirido mensalmente.

REFERÊNCIAS

ACIT. **Associação Comercial e Industrial de Taquaritinga**. Disponível em: <<http://www.acitq.com.br/>> Acesso em: 26 de fev. 2018.

CHRISTOPHER, M. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: criando redes que agregam valor**. 2.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Editora Atlas 2006
IBGE. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/taquaritinga/panorama>> Acesso em 20 de fev de 2018.

OLIVEIRA, L. K.; **Diagnóstico das vagas de carga e descarga para a distribuição urbana de mercadorias: um estudo de caso em Belo Horizonte**. **J. Transp. Lit.**, Manaus , v. 8, n. 1, p. 178-209, jan. 2014 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2238-10312014000100009&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 26 fev. 2018.

PEREIRA, L. S. F.; OLIVEIRA, L. K.; **Metodologia para estimativa de fluxos de carga a partir de dados secundários: uma aplicação em Belo Horizonte**. **J. Transp. Lit.**, Manaus , v. 8, n. 4, p. 279-315, out. 2014 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2238-10312014000400012&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 26 fev. 2018.

PREFEITURA MUNICIPAL DE TAQUARITINGA. **Levantamento Socioeconômico do município de Taquaritinga**. Prefeitura Municipal de Taquaritinga, 2015.

TANIGUCHI, E.; THOMPSON, R.; YAMADA, T.; DUIN, R. **City Logistics: Network Modelling and Intelligent Transport Systems**. Oxford: Pergamon. 2001.