

## O PROCESSO DE LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO E A SATISFAÇÃO DO CLIENTE

### *THE DISTRIBUTION LOGISTICS PROCESS AND CUSTOMER SATISFACTION*

Bianca de Lima Batista - biancalima0332@gmail.com  
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (Fatec) – Taquaritinga – SP – Brasil

Diego José Casagrande - diego.casagrande@fatec.sp.gov.br  
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (Fatec) – Taquaritinga – SP – Brasil

DOI: 10.31510/inf.v20i1.1661

Data de submissão: 20/03/2023

Data do aceite: 29/05/2023

Data da publicação: 30/06/2023

### RESUMO

A logística é a colocação do produto certo, na quantia certa, no lugar certo, no prazo certo, se movimentando rapidamente e agregando valor ao produto. O objetivo deste artigo é fazer uma busca da compreensão do funcionamento do processo de logística de distribuição, e o que fazem para que o produto seja entregue com grande eficiência. O método de pesquisa utilizado nessa pesquisa foi o Estudo de Caso juntamente com a Pesquisa Bibliográfica. O Estudo de Caso dessa pesquisa foi feito com base em dados pesquisados sobre a empresa Amazon. Ao final da pesquisa concluímos que toda empresa que possui um comércio eletrônico o seu diferencial é justamente a entrega. A entrega dentro do prazo, a entrega com prazos curtos e o que satisfaz o cliente e faz com que ele sempre esteja comprando na empresa e se torne fiel. A Amazon faz isso com maestria e acaba sendo um exemplo para outras empresas em relação ao funcionamento da sua logística de distribuição.

**Palavras-chave: Logística. Distribuição. Amazon.**

### ABSTRACT

Logistics is placing the right product, in the right amount, in the right place, at the right time, moving quickly and adding value to the product. The purpose of this article is to seek to understand how the distribution logistics process works, and what they do to ensure that the product is delivered with great efficiency. The research method used in this research was the Case Study together with the Bibliographic Research. The Case Study of this research was based on data researched about the company Amazon. At the end of the research we concluded that every company that has an e-commerce its differential is precisely the delivery. Delivery on time, delivery with short deadlines and what satisfies the customer and makes him always buy from the company and become loyal. Amazon does this masterfully and ends up being an example for other companies in terms of how their distribution logistics work.

**Keywords: Logistics. Distribution. Amazon.**

## 1 INTRODUÇÃO

O processo de logística de distribuição e a satisfação do cliente, dá-se por motivos referentes ao fato da época que está sendo vivenciada no pós pandemia, com praticamente dois anos em quarentena, todo o planeta teve que se readaptar aos distanciamentos que foram aplicados devido ao vírus, e no ramo de vendas, algumas empresas que possuem boa logística e bons meios de vendas pela internet, não sentiram os efeitos colaterais da quarentena, e por esse motivo, realizar estudos sobre logística se fazem necessários para o aperfeiçoamento deste processo extremamente importante, para o desenvolvimento do país.

Para Rosa (2014), temos que a logística é a colocação do produto certo, na quantidade certa, no lugar certo, no prazo certo, se movimentando rapidamente e agregando valor ao produto. Já o processo de logística de distribuição existe desde os tempos mais antigos em preparação de guerras, os líderes militares já utilizavam este processo, e o mesmo está diretamente atrelado a movimentação eficiente dos produtos, sendo fisicamente ou por um canal de distribuição, onde temos que a distribuição física está ligada á movimentação direta do produto, e o canal de distribuição é a intermediação do mesmo.

Temos então que ‘‘a logística é o processo pelo qual um produto sai da sua fonte até o seu destino final, podendo esse produto ser, desde a matéria-prima, até o produto já acabado’’. (DESCARTES, 2022).

Neste ramo de trabalho existem algumas empresas muito famosas por ter um processo de entrega incrivelmente rápido, e além de tudo conseguem entregar sem nenhum arranhão na caixa.

O presente artigo abordará um estudo de caso, que discorrerá a respeito da Amazon, que começou em uma garagem qualquer e hoje tem inúmeros centros de distribuição espalhados pelo mundo, o mais famoso do país fica localizado em Cajamar - SP, e o mais famoso do mundo conhecido como o centro de distribuição inteligente, fica localizado no Condado de Stanislaus na Califórnia e possui mais de 300 mil m<sup>2</sup>, possuindo robôs que automatizam toda a movimentação de cargas dentro do armazém. Sendo uma das empresas mais versáteis já conhecidas, podemos encontrar de tudo em seu site desde livros, músicas, até peças automotivas. Iremos entender um pouco do processo e como é administrado dentro desses centros de distribuição para que humanos e robôs trabalhem no mesmo ritmo, fazendo com que as encomendas possam chegar até as mãos do cliente em pouco mais que 24hrs, portanto serão

apresentadas algumas das estratégias para que possamos compreender como conseguem fazer um trabalho tão rápido e tão “perfeito” ao mesmo tempo.

O objetivo deste artigo é fazer uma busca da compreensão do funcionamento do processo de logística de distribuição, e o que fazem para que o produto seja entregue com grande eficiência.

O artigo foi desenvolvido em 5 tópicos, podendo ser: Introdução, Fundamentação teórica, Procedimentos metodológicos, Resultados e discussão e Considerações finais.

Neste artigo serão adotadas algumas pesquisas bibliográficas, que trarão todo o “enredo” do trabalho, e também um estudo de caso de uma empresa em específico.

O referido artigo, será um estudo com base em artigos e livros que discorrem sobre a logística de distribuição, que dizem respeito a distribuição exclusiva, distribuição seletiva e distribuição intensiva que serão utilizados para compreender a idéia de funcionamento deste tipo de logística em específico.

Também serão utilizadas algumas bibliografias que contam um pouco sobre o processo de funcionamento da referida empresa, que mostram todos os processos, sua política e como saíram de algo tão simples para algo tão grandioso, destacando o que fez com que se destacassem no mercado.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Logística e Distribuição**

A logística pode ser definida como, colocar o produto certo, na quantidade certa, no lugar certo, na qualidade certa, gastando pouco, e se deslocando o mais rápido possível, e mesmo assim agregando valor ao produto, trazendo resultados positivos aos acionistas e aos clientes, já a gestão logística pode ser tratada como a coordenação de diferentes atividades que compõem a logística, transformando – as em um conjunto que visa obter os menores custos atendendo mesmo assim o nível de serviço contratado. A maior parte das pessoas acham que a logística é o transporte seguido da estocagem, porém a logística não se resume apenas a isso, ela engloba uma série de outras atividades que envolvem desde o suprimento para a produção até a entrega do produto final ao cliente (ROSA, 2014)

O conceito de logística existe a muito tempo, e um grande exemplo, de onde eram muito utilizadas é a guerra, pois as mesmas eram muito longas, e eram necessários grandes

deslocamentos de um lugar para o outro que exigiam que as tropas carregassem tudo o que eles poderiam precisar. Para que pudessem chegar os carros de guerra, os soldados e que houvesse o transporte dos mantimentos até os locais de combate era necessária uma grande organização logística.

Já a logística de distribuição pode ser definida como o conjunto de atividades relacionadas á gestão das mercadorias, desde o momento em que elas saem da fábrica, até a entrega ao cliente que as solicitou, neste percurso ocorrem várias ações que envolvem vendas, transporte de mercadorias e prestação de contas.

O intuito da logística de distribuição é a otimização da distribuição das mercadorias e a agilidade do processo, tornando-o mais seguro e barato, para que essa meta seja atingida é necessário cumprir um determinado fluxo de estratégias que impactam várias áreas da empresa. Ela é importante pois otimiza tempo e recursos, sendo eles, insumos, caminhões e mão de obra, e é interessante que a logística de distribuição controle com muita atenção a mercadoria da fábrica até o cliente final, seja como fabrica ou fornecedor, sendo possível o monitoramento da quantia produzida, se houve excedente ou não, e se esses itens irão suprir a demanda que o cliente necessita, e como cliente é possível monitorar os itens já recebidos e os prazos dos próximos que irá receber, e para que todo esse processo atinja o êxito existem algumas etapas importante que devem ser cumpridas, sendo, gestão do transporte, checagem e expedição das mercadorias e controle do frete.

## **2.2 Comércio Eletrônico**

Andrade e Silva (2017) afirma que as empresas que trabalham com comércio eletrônico vem se atualizando para satisfazer as necessidades do cliente e tomando as decisões corretas para reduzir seus custos. O ramo do comércio eletrônico é muito exigente devido a flexibilidade que o mercado exige.

Segundo Torezani (2008) o comércio eletrônico ou também conhecido como e-commerce iniciou em 1995 no Estados Unidos com a Amazon, empresa desta pesquisa. No Brasil o comércio eletrônico iniciou após cinco anos. Desde o momento que se iniciou o comércio eletrônico houve um crescimento exponencial e a medida que mais pessoas tiveram o acesso a internet, mais rápido foi este crescimento.

Segundo Prado et al. (2022) o comércio eletrônico também é uma busca que as empresas veem buscando para enfrentar os desafios da distribuição de seus produtos de maneira

adequada, eficiente e tornar-se competitiva através de uma entrega diferenciada e uma opção de escolha no conforto de sua casa.

Para Guerreiro (2006), o comércio eletrônico é o exemplo mais atual de inovação tecnológica para atender a necessidade do cliente, pois permite que a pessoa faça uma compra em sua casa ou aonde quer que esteja desde que tenha em mãos um celular ou um notebook com acesso a internet. E além disso, tem-se a opção de fazer o acompanhamento da compra. Outra vantagem é que com o comércio eletrônico é possível ter mais opções para escolher a sua compra, algo que não é possível em uma loja física, outro fato é que a área de informática cada vez mais investe neste ramo, para deixar o comércio eletrônico com mais facilidade de acesso, maior facilidade em inserir dados, fotos mais atraentes dos produtos que desejam ser comprados e uma “avaliação” do produto e/ou serviço comprado.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

Para Miguel (2007, p. 217) “a importância metodológica de um trabalho pode ser justificada pela necessidade de embasamento científico adequado, pela busca da melhor abordagem para endereçar as questões de pesquisa”.

Quanto ao procedimento técnico, segundo Vergara (2000), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído, principalmente, de livros e artigos científicos e é importante para o levantamento de informações básicas sobre os aspectos direta e indiretamente ligados à temática.

Para as buscas na revisão da literatura foram utilizadas as palavras-chave Processo Logístico. Essas palavras-chave/expressões fizeram com que alcançasse o conteúdo desejado, pois aborda os assuntos em diversos aspectos, as suas definições e aplicações. As bases de dados utilizadas foram Google Acadêmico e o Science Direct.

Quanto aos objetivos, esta pesquisa é de objetivo exploratório. A pesquisa exploratória é o passo inicial para o processo de pesquisa e possui como principal objetivo proporcionar familiaridade com o problema estudado (MATTAR, 2005).

A metodologia utilizada nesta pesquisa é o Estudo de Caso.

Segundo Yin (2005) o estudo de caso, como a expressão indica trata-se de examinar um caso ou um pequeno número de casos de maneira aprofundada no seu contexto natural. Os estudos de caso podem ser causais, exploratórios ou descritivos e as fontes de estudo de caso variam de acordo com a natureza do caso investigado. A característica que melhor identifica esta abordagem metodológica é o fato de detalhar um fato ocorrido.

Nesta pesquisa o Estudo de Caso é aplicado pois trata-se de um estudo exploratório e a modalidade desse estudo de caso é intrínseco, pois trata-se de um caso único de uma empresa. O Estudo de Caso dessa pesquisa foi feito com base em dados pesquisados sobre a empresa.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

A Amazon.com,Inc. ou também conhecida como apenas Amazon trata-se de uma empresa que possui uma grande variedade de produtos, tais como, livros, eletrônicos, mobiliário, utensílios domésticos, dentre outros, são mais de um milhão de tipos de produtos diferentes para a comercialização que é feita eletronicamente (Funding Universe, 2017).

O comércio eletrônico como o da Amazon facilita o trabalho da empresa fabricante e do consumidor, possibilitando uma entrega com maior rapidez e uma área com amplo espaço de armazenamento nos centros de distribuição. No momento de fazer suas compras, todo consumidor leva em consideração a agilidade na entrega e as formas de pagamento, a Amazon tem como característica uma agilidade na entrega devido aos centros de distribuição e além disso, ela possui a opção de pagamento com cartão de crédito, essa facilidade na forma de pagamento e a rapidez contribui para que as vendas sempre aconteçam. A Amazon foi pioneira no comércio eletrônico devido a sua forma de pagamento, a sua agilidade na entrega devido a parceria com os fabricantes e os centros de distribuição e por poder atender as necessidades de todos os tipos de clientes.

A Amazon inovou permitindo que o consumidor tenha a opção de poder divulgar o seu produto no site, como por exemplo, o consumidor escolher os livros que gostam e poder divulgar no site para outras pessoas poder comprar. Isso foi muito inovador porque juntou “como uma outra característica” para satisfazer as necessidades do cliente, ou seja, é rápido a entrega, é uma forma de pagamento facilitada e ainda tem a opção de poder divulgar o seu produto no site. Esse fato fez crescer a Amazon crescer muito pois a pessoa pode ser consumidor e ao mesmo tempo “como um funcionário” recebendo um salário pelas vendas feitas na Amazon. Isso foi muito inovador e um diferencial para a empresa, pois até então nenhuma outra empresa tinha essa dinâmica.

A Amazon possui 43% das vendas online nos Estados Unidos, isso é um número muito expressivo, ou seja, quase metade da população compra da Amazon diante a tantas outras empresas de comercialização eletrônica. O próximo passo para a Amazon é dominar o mercado da sua concorrente, a Walmart através de lojas físicas para poder oferecer produtos a pronta entrega aos seus clientes. Em 2017 a Amazon tinha um valor estimado de 99 mil milhões de

dólares ocupando o sexto lugar das marcas mais valiosas do mundo, com 135 mil milhões em receitas e mais de 340 mil funcionários espalhados por todo o mundo.

Os centros de distribuição tem por função armazenar, receber e enviar os produtos. Isso faz com que se torne mais rápido a entrega. Atualmente todas as empresas utilizam centros de distribuição devido a facilitação logística e a redução de custos. A logística da Amazon no Brasil é feita além de centros de distribuição, por pequenas transportadoras que forma o que é chamado de Amazon Logistics. Os funcionários da Amazon Logísticas não são funcionários da Amazon, mas sim prestadores de serviços existentes em todo o Brasil, isso faz com que os produtos vendidos sejam entregues dentro do prazo.

A Logística da Amazon no Brasil possui cinco centros de distribuição, que são Cajamar -SP, Betim - MG, Santa Maria-DF, Nova Santa Rita -RS, São João de Meriti - RJ e Cabo de Santo Agostinho – Pernambuco, como podemos observar, os Centros de Distribuição em lugares estratégicos contribui para a rápida entrega ao consumidor, funcionando da seguinte forma, de acordo com o endereço do cliente é feita a escolha do Centro de Distribuição que irá atender o cliente e se observarem pelas cidades que estão localizadas os centros de distribuição é em todas as regiões do Brasil. Tudo isso visando minimizar o risco de atraso na entrega.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao final desse estudo foi constatado que a Logística de Distribuição proporciona resultados muito positivos para uma empresa que deseja crescer e satisfazer os seus clientes.

Como citado anteriormente, o objetivo desta pesquisa é fazer uma busca da compreensão do funcionamento do processo de logística de distribuição, e o que fazem para que o produto seja entregue com grande eficiência foi alcançado, pois através da pesquisa ficou evidente que a Logística de Distribuição da Amazon é muito eficiente devido aos centros de distribuição em locais estratégicos a Amazon Logistics que são parceiros no trabalho de transporte, não são funcionários da Amazon, mas o seu trabalho faz toda a diferença.

Se observarmos também, a Amazon se torna diferenciada, no quesito de satisfazer o seu cliente devido a empresa abrir oportunidades ao seu consumidor, exemplo disto é que ao mesmo tempo a pessoa pode ser cliente e funcionário, ou seja, pode comprar pela Amazon e pode divulgar produtos e vende-los pela Amazon. Esse fato revolucionou no que diz respeito em relação a inovação. Isso também justifica o fato do número de funcionários espalhados pelo mundo e o seu faturamento expressivo.

Uma empresa para se manter no mercado é difícil, devido à velocidade das informações, devido a dificuldade em acompanhamento das inovações tecnológicas e principalmente pela dificuldade em satisfazer o seu cliente que é cada vez mais exigente. Nessa pesquisa evidenciamos que o crescimento da Amazon é devido a satisfação dos seus clientes devido a variedade de produtos ofertados, formas facilitadas de pagamento e uma entrega dentro do prazo estabelecido.

Toda empresa que possui um comércio eletrônico o seu diferencial é justamente a entrega. A entrega dentro do prazo, a entrega com prazos curtos e o que satisfaz o cliente e faz com que ele sempre esteja comprando na empresa e se torne fiel. A Amazon faz isso com maestria e acaba sendo um exemplo para outras empresas em relação ao funcionamento da sua logística de distribuição.

## REFERÊNCIAS

- Funding Universe, 2017 - Amazon.com, Inc. History. Disponível em: <<http://www.fundinguniverse.com/company-histories/amazon-com-inc-history/>> Acesso em: 10 de março de 2023.
- ANDRADE, Marta Cleia Ferreira; SILVA, Naiara Gonçalves. O comércio eletrônico (e-commerce): um estudo com consumidores. **Perspectivas em Gestão e Conhecimento**, v. 7, n. 1, p. 98-111, 2017.
- DESCARTES. **Descartes**. O que é Logística de Distribuição?. [S.l.]. Descartes, 2022. Disponível em: <https://www.descartes.com/br/resources/blog/o-que-e-logistica-de-distribuicao>. Acesso em: 23 out. 2022.
- GUERREIRO, A. S. Análise da Eficiência de Empresas de Comércio Eletrônico usando Técnicas da Análise Envolvória de Dados. 2006. Dissertação apresentada ao Programa de PósGraduação em Engenharia de Produção do Departamento de Engenharia Industrial da PUCRio, RJ, 2006.
- MATTAR, F.N.; **Pesquisa de Marketing: Metodologia e Planejamento**. 6ª Edição. São Paulo: Atlas, 2005.
- MIGUEL, P.A.C. Estudo de caso na engenharia de produção: estruturação e recomendações para a sua condução. **Produção**, São Carlos, v 17, nº 1, p. 216 – 229, janeiro/abril 2007.
- PRADO, V.J.; AQUINI, A.N.; ALMEIDA, F.R.; FREITAS, L.A.; MARANHÃO, L.; JUBINI, T.J.F.; MARANGONI, P.; QUINTEIRO NETO, E.L. Soluções Para a Logística de Distribuição de Encomendas na Etapa de Última Milha-Um Estudo de Caso na Empresa ALFA. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 5, p. e51511528608-e51511528608, 2022.

ROSA, Rodrigo de Alvarenga. **Gestão Logística** . 3. ed. Universidade federal de Santa Catarina: Universidade federal de Santa Catarina , v. 1, 2014.

TOREZANI, N. O crescimento do e-commerce no Brasil. Revista iMasters, 2008. Disponível em: <http://imasters.com.br/artigo/9649/e-commerce/o-crescimento-do-e-commerce-no-brasil/>. Acesso em: 05 dez. 2023.

YIN, R.K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 5ª Edição. Bookman, 2015.