

LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO DOS DOCES DE PELOTAS - RS

**JEAN CARLOS DA CRUZ¹; PATRÍCIA COSTA DUARTE²;
LUIS ANTONIO DOS SANTOS FRANZ³**

¹Universidade Federal de Pelotas – jeancdacruz@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – pcduarte_rs@yahoo.com.br

³Universidade Federal de Pelotas – luisfranz@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A cidade de Pelotas é conhecida nacionalmente como a cidade do doce. Tal tradição decorre da chegada dos portugueses na região por volta dos séculos XIX e XX. Ao chegarem, os portugueses fundaram as primeiras charqueadas na cidade e com isso trouxeram também a confecção de doces caseiros, a base de ovos, como parte da sua cultura.

Ao longo do tempo, esses doces foram se tornando fonte de renda. A cultura passou de geração em geração, e hoje se tornou identidade da região de Pelotas. As receitas tradicionais continuam as mesmas, embora com o passar dos anos novos doces foram desenvolvidos e comercializados. A cidade sedia anualmente a Feira Nacional do Doce (Fenadoce), que traz pessoas de outras partes do país para conhecer e saborear as guloseimas.

Baseado nesses fatos, buscou-se entender como produtos tão sensíveis e perecíveis podem ser embalados, armazenados e transportados de maneira adequada. Além disso, o bom gerenciamento logístico irá permitir ganhos em competitividade, aumentando a eficiência e a produtividade no atendimento ao cliente. Ao ter estratégias eficientes de embalagem, armazenamento e transporte, é possível almejar a expansão de vendas para novos negócios.

Para Banzato (2015) gerenciar uma cadeia de alimentos perecíveis não é uma tarefa simples, pois se não forem acondicionados, conservados, transportados e dispostos nos locais de venda adequadamente, podem sofrer deterioração química, física ou biológica, prejudicando a qualidade do produto. Desta maneira, devem ser considerados: uma visão sistêmica da logística, a caracterização das restrições e condições para a preservação, a embalagem, o armazenamento e o transporte.

Portanto, o objetivo desse trabalho é acompanhar as estratégias de embalagem, armazenamento e transporte de três empresas de doces finos de Pelotas.

2. METODOLOGIA

O presente estudo trata de uma pesquisa de natureza descritiva do tipo qualitativa. De acordo com Gil (2002) a pesquisa descritiva tem como objetivo principal descrever características de determinado fenômeno.

Através de questionários e entrevistas com os gestores de três empresas buscou-se entender o negócio, dando foco ao processo de embalagem, armazenamento e transporte. Entre as questões que se objetivou esclarecer, através dos questionários e das entrevistas, estão: identificar a validade dos doces, as condições de temperatura, o tipo de armazenamento utilizado, como os doces são embalados, como funciona sua distribuição, qual é a sua capacidade produtiva e como funciona a sua demanda, quem são seus principais clientes.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na Tabela 1 é apresentado um breve comparativo entre os processos de armazenamento, embalagem e transporte das empresas A, B e C que fizeram parte da pesquisa. Os processos são descritos detalhadamente nos subitens na sequência.

Tabela 1 – Quadro Comparativo das Empresas de Doces

Empresas	Embalagem	Armazenamento	Transporte
A	Forminhas decorativas unitárias, bandejas plásticas e caixas de papelão revestidas com papel alumínio	Área de armazenamento (temperatura ambiente)	Veículo próprio e empresa de transporte coletivo rodoviário
B	Forminhas decorativas unitárias, bandejas plásticas e caixas de papelão revestidas com papel alumínio	Câmara de refrigeração (0 a -20°C)	Veículos refrigerados dos franqueados e empresa de transporte coletivo
C	Forminhas decorativas unitárias, bandejas plásticas e caixas de papelão	Área de expedição (temperatura ambiente)	Veículo próprio, empresa de transporte coletivo rodoviário e empresa de transporte aéreo

Fonte: Elaborado pelo autor

3.1. EMPRESA A

A empresa A produz doces tradicionais e trufas para festas, que são menores em relação aos das outras empresas. Possui em seu portfólio cerca de 300 sabores diferentes de produtos. Conta com apenas uma loja própria junto à fábrica. Possui 8 funcionários trabalhando na fabricação dos doces e produz em média de 28 a 30 mil doces por mês. A demanda aumenta durante o período que precede a Fenadoce e no final do ano devido ao maior número de festas. Seus principais clientes são supermercados, padarias, pontos de venda e consumidores locais, principalmente para festas e eventos.

Os doces são embalados um a um em forminhas decorativas de papel forradas com plástico, e seguem para bandejas plásticas que podem ser empilhadas e encaixadas. As bandejas são armazenadas em temperatura ambiente em uma área de produtos acabados, antes de irem para a loja ou para o transporte até o destino final. Conforme o dono, através de testes feitos por uma consultora externa, os doces se mantêm em boas condições de sabor e aparência durante 7 a 10 dias. Ao serem transportados os doces são armazenados em caixas de papelão revestidas com papel alumínio e unitizados em uma caixa maior.

O transporte ocorre por meio de veículo próprio para a cidade de Pelotas. E para outras cidades os doces são distribuídos por uma empresa de transporte público rodoviário. Os clientes se limitam as cidades próximas da fábrica, além da própria cidade. O proprietário afirma que já buscou distribuir seus produtos através de prestadores de transporte aéreo e rodoviário, entretanto os doces chegavam em condições inadequadas a seus clientes. Esses fatores limitam o atendimento a clientes de outras localidades onde a empresa de transporte público não possui rotas.

3.2. EMPRESA B

A empresa B produz tortas, pavês e mousses, além dos doces tradicionais, buscando sempre inovar e desenvolver novos doces para agradar a todos os paladares. Conta com apenas uma loja própria, localizada em frente à fábrica, além de franqueados espalhados pelo Rio Grande do Sul e também em Santa Catarina e Mato Grosso do Sul. Possui atualmente 17 funcionários trabalhando na fabricação dos doces. Ela produz cerca de 200 mil doces por mês, o que varia de acordo com o período do ano. Seus principais clientes são os franqueados e consumidores locais, que além do consumo próprio compram também para festas e eventos.

A embalagem dos seus doces é feita individualmente em forminhas decorativas de papel forradas com plástico, e são dispostos em bandejas de plástico empilháveis e encaixáveis. Os doces por sua vez são armazenados dentro de uma câmara de refrigeração mantida em uma temperatura abaixo de zero que vai até -20°C . De acordo com os proprietários os doces podem ser mantidos por até 6 meses congelados, após descongelarem devem ser consumidos em no máximo 7 dias. Entretanto, nem todos os doces podem ser conservados durante todo esse tempo, como é o caso dos que levam morango em sua composição. O fato de os produtos serem armazenados em temperatura abaixo de zero, permite que eles sejam transportados por distâncias maiores, desde que o veículo também possua sistema de refrigeração. A empresa tem, por exemplo, um franqueado a cerca de 1.500km, que transporta seus doces com veículo próprio refrigerado. No transporte com a transportadora terceirizada os doces são embalados em caixas de papelão revestidas com papel alumínio e unitizados em uma caixa maior.

Ao tratar de prestadores de serviços de transporte, os proprietários relatam que já houve tentativas sem sucesso de realizar a distribuição por meio de transporte aéreo e rodoviário. Os relatos são de que os doces não chegam no destino dentro das condições adequadas. O que limita a empresa a ampliar suas vendas para outros locais do país. Atualmente, só existe um prestador de serviço em que a empresa confia para realizar a distribuição, que se trata de uma empresa de transporte coletivo rodoviário.

3.3. Empresa C

A empresa C produz doces tradicionais com indicação de procedência, doces pequenos para festas e também trufas. É uma empresa muito preocupada com a promoção dos doces para o país, sendo a principal motivadora da certificação de procedência. O líder da empresa firma que a conquista do selo de indicação de procedência auxilia na prospecção de novos clientes, e aumenta a confiança e a fidelidade deles, argumentando que os mesmos dão preferência pelos doces certificados. A empresa possui 34 funcionários trabalhando no processo produtivo. Seus principais clientes são lojas de doces localizadas na cidade de Pelotas e em outras cidades do estado. A demanda possui sazonalidade, sendo mais intensa durante a Fenadoce e no final do ano.

Assim como nas outras empresas, os doces também possuem uma embalagem individual com forminhas decorativas de papel forradas com plástico. É nessa embalagem que vai o selo de indicação de procedência com um código de rastreabilidade. A seguir os doces são colocados em bandejas plásticas empilháveis e encaixáveis e são armazenados na área de expedição em temperatura ambiente. A coordenadora de produção afirma que esses doces

permanecem durante um tempo muito curto e logo são expedidos. Diferentemente da empresa B, a empresa C não congela seus produtos, alegando que eles perdem suas características de sabor e aparência. Sendo assim, seus doces possuem validade de 7 dias em temperatura ambiente, e de 10 dias caso sejam refrigerados em torno de 5°C. Ao serem preparados para a expedição os produtos são colocados em caixas de papelão.

No transporte, a empresa C conta com um veículo próprio, e também com uma empresa de transporte coletivo rodoviário. Em alguns casos, quando o doce precisa atingir regiões mais distantes como São Paulo, por exemplo, o transporte aéreo é utilizado. Sendo esse, de responsabilidade do próprio cliente. No modal aéreo, as caixas de papelão dos doces são colocadas em caixas de isopor deixando-se um espaço lateral para a colocação de placas de gel que conservam os produtos em uma temperatura de 5 a 7°C. A proprietária afirma nunca ter ocorrido problemas com o transporte com ambos os prestadores de serviço. Isto é, as guloseimas chegam no destino dentro das condições adequadas e em um curto período de tempo. A dona afirma ter interesse em exportar os doces, e está dando os primeiros passos em busca do planejamento logístico internacional.

4. CONCLUSÕES

Ao fim desse trabalho, o objetivo inicial foi alcançado, que era o de acompanhar as estratégias de embalagem, armazenamento e transporte dos doces. Com isso, pôde-se concluir que as três empresas acompanhadas possuem algumas estratégias semelhantes e outras bem diferentes. O processo de embalagem para todas elas é basicamente o mesmo. O de armazenamento possui uma grande diferença da empresa B, que congela os doces, para as demais. O congelamento dos doces permite que os mesmos tenham uma durabilidade muito maior, além de facilitar que os doces sejam transportados para regiões mais distantes. Por fim, o processo de transporte das empresas varia sucintamente. Sendo o grande gargalo para as empresas A e B, a relação com os seus prestadores de serviços de transporte.

Um ponto que as empresas poderiam trabalhar entre elas é o compartilhamento de informações e troca de *know-how*, proporcionando assim uma relação entre elas onde todas saem ganhando tanto com informações quanto com economias de escala. Caso essas empresas se juntassem para distribuir seus produtos coletivamente, poderiam aumentar seu poder de barganha com os transportadores e aumentar seu nível de serviço para o cliente. Isso proporcionaria um aumento de competitividade e a possibilidade de expansão de negócios, inclusive para o mercado internacional. Entretanto, observa-se que ainda existe uma certa resistência por parte dos produtores de doces estudados em trabalharem em conjunto, aparentemente pelo receio de perdas ocasionadas por infidelidade de compromissos dentro das parcerias firmadas.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANZATO, E. **Logística de distribuição de alimentos perecíveis**. Revista: Logística. Disponível em: <<http://www.imam.com.br/logistica/colunistas/colunistas-eduardo-banzato/2113-logistica-de-distribuicao-de-alimentos-pereciveis>>. Acesso em: 13/06/2015.

GIL, A. C. **Como Elaborar um Projeto de Pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.