

DESAFIOS DA TERCEIRIZAÇÃO DE TRANSPORTE: UMA ANÁLISE SOBRE COMO LIDAR COM OS ATRASOS NA ENTREGA

CHALLENGES OF TRANSPORTATION OUTSOURCING: AN ANALYSIS OF HOW TO DEAL WITH DELAYS IN DELIVERY

BRENDA ALICE DO NASCIMENTO SILVA¹

MARA KAROLINE KNUPP FERREIRA²

RAFAELA VICTORIA LEAL³

Prof. Msc Vagner Bravos Valadares⁴

RESUMO

O tema abordado neste estudo é o impacto da terceirização de transportes pelas empresas na entrega de produtos ao cliente final. A terceirização de transporte pode ser vista como uma forma de expandir os serviços da empresa, ao contratar uma firma especializada para gerenciar a logística. Se realizada de maneira adequada, essa estratégia pode resultar em economia de tempo e redução de custos relacionados ao transporte próprio e à manutenção de veículos. No entanto, é crucial avaliar se a terceirização realmente traz os benefícios esperados. Este estudo foca em uma das desvantagens da terceirização: os atrasos nas entregas. O cumprimento dos prazos é fundamental, pois os atrasos podem prejudicar a imagem da empresa e levar à perda de confiança por parte dos clientes. Assim, a pesquisa visa fornecer recomendações para empresas que enfrentam esse desafio, visando a melhoria dos processos logísticos. A metodologia adotada para este estudo é uma revisão bibliográfica exploratória e qualitativa, com base em artigos científicos e livros. Essa abordagem permite reforçar as ideias apresentadas, oferecendo soluções e uma compreensão mais profunda do fenômeno. Ao explorar conceitos e estudos de caso, este trabalho contribui para uma análise detalhada, evidenciando os impactos da terceirização no setor logístico e fornecendo insights sobre como superar os desafios associados a essa prática. Com um planejamento estratégico eficaz, a empresa pode se destacar no mercado, agregar valor e oferecer um serviço personalizado, minimizando os impactos negativos da terceirização e otimizando a entrega de produtos aos clientes.

Palavras-chave: Terceirização. Planejamento. Logística e Entrega.

ABSTRACT

¹ Rede de Ensino Doctum – Unidade Caratinga – Brenda Alice do Nascimento Silva – Bacharelanda em Administração, 2024.

² Rede de Ensino Doctum – Unidade Caratinga – Mara Karoline Knupp Ferreira Silva – Bacharelanda em Administração, 2024

³ Rede de Ensino Doctum – Unidade Caratinga – Rafaela Victoria Leal – Bacharelanda em Administração, 2024

⁴ Rede de Ensino Doctum – Unidade Caratinga – Professor Orientador, Mestre em Gestão de Territórios e Mestre Ciências da Educação – bravos@gmail.com, 2024

The topic addressed in this study is the impact of transportation outsourcing by companies on the delivery of products to the end customer. Transportation outsourcing can be seen as a way to expand a company's services by hiring a specialized firm to manage logistics. If done properly, this strategy can result in time savings and cost reductions related to in-house transportation and vehicle maintenance. However, it is crucial to assess whether outsourcing truly delivers the expected benefits. This study focuses on one of the disadvantages of outsourcing: delivery delays. Meeting deadlines is essential, as delays can harm the company's image and lead to a loss of customer trust. Therefore, the research aims to provide recommendations for companies facing this challenge, with a focus on improving logistical processes. The methodology adopted for this study is an exploratory and qualitative bibliographic review, based on scientific articles and books. This approach reinforces the ideas presented, offering solutions and a deeper understanding of the phenomenon. By exploring concepts and case studies, this work contributes to a detailed analysis, highlighting the impacts of outsourcing in the logistics sector and providing insights on how to overcome the challenges associated with this practice. With effective strategic planning, the company can stand out in the market, add value, and offer personalized service, minimizing the negative impacts of outsourcing and optimizing product delivery to customers.

Keywords: Outsourcing. Planning. Logistics and Delivery.

1 Introdução

Segundo Ballo (2015), o transporte é um elemento muito importante para o custo logístico de uma empresa transportadora, pois busca atender as necessidades dentro do mercado, sendo a qualidade dos produtos, prazos de entrega exatos, entregando o combinado no local e hora certa, podendo aumentar a eficiência da organização e comprometimento total em seus processos com responsabilidade.

E, completando o pensamento de Ballo (2015), Nunes (2001) defende que a logística é um processo que começa no momento da compra de matérias primas, passa pela fabricação e produção do produto até a distribuição do mesmo de forma correta para satisfazer o consumidor final, levando em consideração a redução de custos, recursos e tempo possíveis.

Então, quando a empresa escolhe terceirizar algum setor, ela transfere as atividades para outra organização, com isso ela pode se concentrar em outras áreas.

As atividades que podem ser terceirizadas possuem relevância para a organização, porém podem ser passadas para uma firma especializada, como a terceirização do transporte, pois esta transferência feita com responsabilidade pode trazer ganhos, para a empresa, segundo (GIRARDI, 2006).

Assim, diante das exposições acima, no tempo presente assistimos um aumento na demanda de compras pela internet, influenciado pela quarentena durante a pandemia do COVID19, no qual sobrecarregou o setor logístico e se justifica este trabalho.

Dessa maneira a presente pesquisa surge na necessidade de compreender a realidade das empresas que lidam com a terceirização, na qual está se tornando uma prática cada vez mais comum. Daí, a proposta de pesquisa se fundamentar em identificar os desafios relacionados ao tema e qual a influência direta sobre a eficiência operacional, a qualidade do serviço prestado e na satisfação do cliente final. Assim, concluir propondo melhorias e estratégias na tomada de decisão do setor logístico, para que futuros estudantes da área possam agregar conhecimento.

Diante dessa realidade a questão problemática se voltou para a seguinte interrogante: "quais são os principais fatores que contribuem para os atrasos nas entregas quando o transporte é terceirizado, e como essas questões podem ser mitigadas para melhorar a eficiência logística?" Com intuito de responder a essa questão definiu-se como objetivos o que segue:

- Objetivo Geral: Analisar os fatores que causam atrasos nas entregas em processos de transporte terceirizado e propor estratégias eficazes para mitigar esses problemas, visando aprimorar a eficiência e a confiabilidade da logística.
- Objetivos Específicos: Apresentar desafios associados aos atrasos nas entregas de produtos; analisar a eficácia da terceirização na entrega de produtos; destacar os benefícios de uma entrega eficiente e propor melhorias.

Com a elaboração dos objetivos, se chegou à seguinte hipótese de que a entrega feita dentro do prazo, cumpre com sua finalidade de reduzir custos e gerar a satisfação do cliente final. E assim, demonstrando que o atraso, implica na elevação dos custos, por conta do estoque que fica parado gerando despesas e a necessidade de retrabalho em programar as produções.

Metodologicamente, o desenvolvimento deste trabalho científico se dá no uso de uma metodologia exploratória, que se apoia em pesquisas bibliográficas para alcançar seus objetivos.

Qualitativamente, de acordo com Gil (2016, p. 8), o método é um caminho para se chegar a um determinado fim, e o método científico compreende o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para atingir o conhecimento. Seguindo essa perspectiva, e com o intuito de aplicar o conhecimento de alguns autores, o estudo se concentra na análise e interpretação de fontes escritas, como livros, artigos científicos, teses e dissertações (Lakatos, 2021, p. 46). Essas teorias são então aplicadas às práticas empresariais, trazendo melhorias significativas na gestão de processos logísticos e de transporte, com foco na terceirização do transporte e nos atrasos nas entregas.

Quanto à abordagem do problema o objeto de estudo está adequadamente definido como "A terceirização do transporte e os atrasos nas entregas", conforme Lakatos (2021), que descreve o objeto de uma pesquisa como o tema que será aprofundado ao longo do trabalho. Assim, o estudo se classifica como uma pesquisa descritiva e exploratória, que procura implementar na prática procedimentos que, na teoria, são a solução para frequentes atrasos e a consequente insatisfação dos clientes.

O artigo está estruturado com os seguintes itens, o primeiro título a eficácia da terceirização na entrega do produto final, no qual irá conceituar elementos relacionados ao tema; o segundo sendo desafios dos atrasos na logística de entregas, irá abordar a insatisfação do cliente e a influência negativa; o terceiro apresenta os objetivos de uma entrega eficiente, assim, finalizando a pesquisa com propostas de melhorias e estratégias para uma entrega eficaz.

Revisão de Bibliografia

O transporte é uma parte fundamental dentro da logística de uma empresa, pois ele é responsável por estabelecer o elo essencial entre a produção e a entrega final do produto ou serviço ao cliente. Uma operação de transporte eficiente e bem organizada contribui não apenas para que os produtos cheguem no prazo e em boas condições, mas também para fortalecer a imagem da empresa e sua reputação no mercado.

Ao garantir entregas rápidas e seguras, a empresa consegue despertar um sentimento maior de satisfação no cliente, além de transmitir tranquilidade e confiança, qualidades essenciais para o desenvolvimento de um relacionamento sólido e de longo prazo. Esse vínculo de confiança, reforçado por um serviço de transporte de qualidade, faz com que o cliente se sinta motivado a retornar, buscar novos produtos e recomendar a empresa para outras pessoas.

Segundo Ballou (2015), temos que a importância da administração neste segmento no que diz respeito a movimentação feita pela logística da empresa, tendo como o objetivo principal assegurar a execução eficaz e eficiente das operações. Deste modo, pode-se perceber que uma entrega eficiente com um produto de qualidade pode despertar no cliente final a satisfação de ter escolhido aquela empresa, fazendo com que o mesmo indique seus serviços/ produtos para outros e continue comprando e mantendo a parceria.

Diante disso, a logística engloba todo seguimento de desenvolvimento do produto até que ele seja entregue, optar por contratar uma empresa terceirizada para entrega deste produto é um dos passos mais importantes, pois a administração da logística precisa levar em conta a redução de custos e tempo para a empresa, mas também verificar se esta escolha será de fato uma vantagem.

Girardi (2006), traz um ponto positivo de terceirizar algum tipo de serviço, pois quando transferido alguma atividade para uma organização especializada, a empresa passa a ter mais tempo para se concentrar em outras tarefas, porém é necessário verificar se esta escolha está realmente sendo útil para sua empresa, pois caso a empresa terceirizada não esteja realizando corretamente o tipo de serviço pode trazer prejuízos ainda maiores para a contratante.

Segundo Sader (2007), quando a empresa escolhe pelo processo de terceirizar a logística, ocorre a inclusão de uma empresa que presta serviços dentro de outra empresa, no qual esta prestadora de serviço passa a compor a cadeia de suprimento da empresa que a contratou, desta forma traz um procedimento delicado e de extrema importância para que a organização que optou por esta contratação possa alcançar suas metas e objetivos

Um dos objetivos de se terceirizar algum segmento da empresa está relacionado com a busca em reduzir custos e por uma prestação de serviços feita de forma eficiente e satisfatória, por meio de uma ótima qualidade de serviço,

especialização na área e ações flexíveis, para assim, entregar uma boa experiência ao cliente, de acordo com (WANKE, 2004).

Há vários elementos que podem trazer pontos positivos para uma empresa optar pela terceirização de um segmento como o transporte, como a adaptação a mudanças no mercado, sendo no custo de combustível, evolução de tecnologias, redução de riscos e responsabilidades entre outros. Sendo assim, de acordo com Fleury, Figueiredo e Wanke (2000), as atividades logísticas terceirizadas possuem o objetivo de aumentar a eficácia de forma mais eficiente na realização das atividades dentro da cadeia de suprimentos, com base no crescimento sustentável e desenvolvimento da organização, e tal cenário se dá por permitir ver o problema dessa pesquisa sob um novo olhar como no item que segue abaixo.

Um olhar quantitativo acerca do problema de pesquisa

Para Cabral Filho (2023, p.7) “a Logística passou a ser ferramenta altamente eficaz em um mercado extremamente complexo e de resultados, no qual prazos e custos operacionais são cruciais para a sobrevivência de toda organização.” Desta forma é possível perceber que a logística está inteiramente ligada a gestão do prazo de entrega do produto para o cliente e assim como sua satisfação

É que problemas na entrega de produtos, especialmente atrasos, podem ser extremamente frustrantes para os clientes e prejudiciais para a reputação da empresa. Christopher (2018, p. 33), diz que:

O objetivo final de qualquer sistema logístico é satisfazer os clientes. É uma ideia simples que nem sempre é fácil de reconhecer se você é um gerente envolvido em atividades como programação da produção ou controle de estoque, que podem parecer estar a alguma distância do mercado.

A expectativa de receber um produto encomendado é um dos pontos mais emocionantes da experiência de compra online. No entanto, quando essa expectativa é frustrada devido a atrasos na entrega, o resultado pode ser uma grande decepção para o cliente e um desafio significativo para a empresa.

Os problemas no transporte e na entrega de produtos, especialmente a demora, representam um dos maiores pontos negativos enfrentados pelas empresas hoje em dia. Esses problemas podem ser causados por uma série de fatores, desde problemas logísticos até questões operacionais. Por exemplo, congestionamentos nas estradas, greves de transporte, problemas climáticos, falhas mecânicas nos

veículos de entrega e até mesmo erros de roteamento podem contribuir para atrasos imprevistos.

Para Ching (2010 p. 5):

A logística visa, como missão básica, a satisfação do cliente; essa missão deve ser conduzida sem se medir esforços dentro do sistema logístico, pois é a razão de sua existência dentro da organização os varejistas e fornecedores, os atrasos na entrega representam mais do que simples inconveniências; eles podem resultar em perdas financeiras, danos à reputação e, em última análise, na perda de clientes.

Então, a falta de confiança na capacidade de uma empresa de entregar produtos de forma rápida e confiável pode levar os consumidores a buscarem alternativas mais confiáveis, minando a fidelidade à marca.

De acordo com Eduardo Garcia Rosa (2020), em publicação no site Reclame Aqui, o ano de 2020 apresentou grandes mudanças para o comércio e a logística, especialmente devido à pandemia de COVID-19 e ao aumento expressivo do e-commerce. Com as medidas de isolamento social e restrições impostas para conter a disseminação do vírus, as compras online tornaram-se a principal alternativa para os consumidores, gerando um crescimento abrupto na demanda por serviços de entrega. Esse cenário trouxe uma série de desafios para as empresas, que precisaram lidar com a sobrecarga de sistemas logísticos muitas vezes despreparados para um aumento de demanda tão rápido e inesperado. Como resultado, os atrasos nas entregas se tornaram frequentes, gerando insatisfação entre os clientes e expondo as limitações da infraestrutura de transporte e distribuição de diversos negócios.

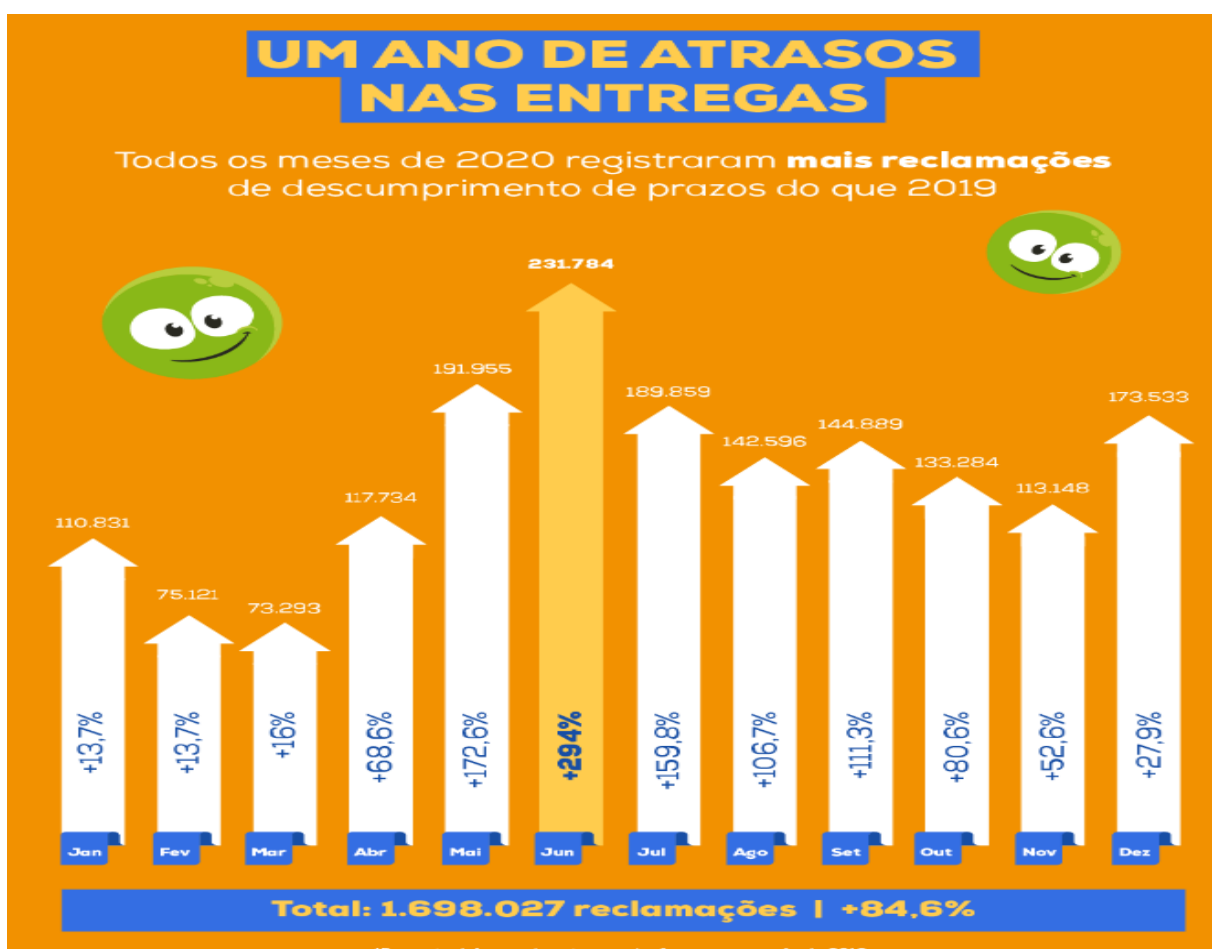
A pandemia, portanto, alterou significativamente a forma de consumo e impactou diretamente as operações empresariais, que se viram obrigadas a adaptar-se rapidamente para atender às novas exigências do mercado. Essa adaptação envolveu a revisão dos processos logísticos e a implementação de tecnologias que pudessem mitigar os atrasos e garantir a satisfação do consumidor. Contudo, essa transformação demandou tempo e investimentos, evidenciando a importância de um sistema de transporte eficiente e flexível, capaz de absorver oscilações súbitas na demanda e de se adaptar a cenários imprevistos. Esse contexto reforçou a relevância de inovação e adaptabilidade na logística, aspectos que se mostraram essenciais para a continuidade das operações e a manutenção da competitividade em momentos de crise.

De acordo com Mauricio Vargas (ReclameAqui, 2020), fundador do reclame aqui, o volume de reclamações em relação a atrasos no tempo de entrega cresceu muito e as vendas também, ele afirma:

E as promessas de tempo de entrega diminuíram. Muitas empresas prometendo entregar mercadorias no mesmo dia, e às vezes dava certo e outras não, e o consumidor brasileiro é implacável nisso. E o aumento das vendas, na pandemia, foi de 40%, então com certeza os atrasos também seguiram nesse ritmo. (VARGAS, 2020)

Todas as reclamações de atraso na entrega aumentaram em comparação ao ano anterior, indicando um problema significativo para os consumidores. A tendência de crescimento já era evidente antes da pandemia, com janeiro e fevereiro destacando-se por um maior volume de reclamações. Veja o quadro abaixo o aumento de reclamações do ano de 2019 para 2020.

Figura 01: Reclamações do ano de 2020 por atrasos nas entregas de pedidos.



Disponível em: https://noticias.reclameaqui.com.br/noticias/2020-tem-disparada-em-reclamacoes-por-atraso-na-entrega-de-p_4111/

Todas as reclamações de atraso na entrega aumentaram em comparação ao ano anterior, indicando um problema significativo para os consumidores. A tendência

de crescimento já era evidente antes da pandemia, com janeiro e fevereiro destacando-se por um maior volume de reclamações.

A partir do mês de abril é que é possível ver os problemas de não respeitar os prazos dispararem nos registros do Reclame AQUI, o que coincide com o momento em que a população passou a se isolar mais em casa. Abril registrou 117.734 reclamações neste tópico, 68,6% a mais que em 2019.

O pico das relações aconteceu entre maio e julho, também o ápice das medidas de isolamento no país, com junho sendo o mês que bateu o recorde de problemas de atraso na entrega. Foram 231.784 reclamações, um crescimento de 294% em relação ao mesmo mês de junho do ano anterior, o que levou estes pesquisadores a buscarem um novo prisma para o mesmo problema, como se relata a seguir.

Mercado livre: um estudo de caso que joga luz sobre a questão problemática desse estudo.

Conforme pesquisas realizadas, muitas empresas enfrentam dificuldades com atrasos nas entregas de seus produtos, o que leva a um impacto negativo na percepção dos clientes, que atualmente buscam receber seus pedidos cada vez mais rapidamente. Esse cenário reflete uma expectativa crescente por parte dos consumidores de uma experiência de compra ágil e eficiente, em que a pontualidade na entrega é essencial para a fidelização. Nesse contexto, selecionamos as empresas Mercado Livre e Amazon como exemplos de sucesso, pois elas conseguiram não apenas evitar atrasos, mas também implementar soluções inovadoras para entregas rápidas, incluindo a opção de entregas realizadas em até 24 horas em diversos locais, conquistando a satisfação e a confiança de seus clientes.

A empresa Mercado Livre, líder no setor de e-commerce na América Latina, conseguiu expandir significativamente sua capacidade logística para oferecer entregas cada vez mais rápidas e confiáveis. De acordo com informações do site Mercado & Consumo, o Mercado Livre opera um modelo de entrega chamado fulfillment, em que, por meio de um sistema avançado de centros de distribuição estrategicamente localizados, a empresa consegue otimizar suas operações logísticas e reduzir consideravelmente o tempo de entrega. Atualmente, o Mercado Livre realiza entregas em até um dia para 2,1 mil cidades, cobrindo aproximadamente 75% das entregas da plataforma, enquanto para outras 4,7 mil cidades no Brasil o prazo é de até dois dias, o que representa cerca de 90% das entregas. Esse sistema

permite à empresa reduzir a distância percorrida até o cliente final, oferecendo um serviço rápido e eficiente que se alinha com a demanda atual do mercado.

Esse modelo de fulfillment adotado pelo Mercado Livre é uma estratégia fundamental, pois integra uma estrutura logística composta por 10 centros de logística fulfillment, 1 receiving center, 17 unidades de cross-docking, mais de 100 service centers e cerca de 3 mil agências do Mercado Livre distribuídas em todo o país, de acordo com o site Mercado & Consumo. Com essa infraestrutura, o Mercado Livre é capaz de suportar uma alta demanda e garantir que os produtos estejam mais próximos dos consumidores, aumentando a agilidade das entregas. Além disso, a implementação de múltiplos centros de distribuição permite descentralizar os estoques, o que reduz o tempo e o custo do transporte, aumentando a eficiência e contribuindo para uma experiência de compra mais satisfatória para o cliente. Essa estratégia, portanto, não apenas melhora a experiência do cliente, mas também reforça a competitividade do Mercado Livre em um setor altamente dinâmico.

A Amazon, outra gigante do setor de e-commerce, também é um exemplo de sucesso em termos de eficiência logística e inovação nas entregas. A empresa se destacou ao implementar melhorias constantes em seus serviços de entrega, que contribuíram para uma redução significativa nos atrasos e no aumento da satisfação dos clientes. A Amazon investiu fortemente em inovações tecnológicas em seus centros logísticos, incluindo a automação de processos, com a utilização de robôs para otimizar as tarefas de separação e movimentação de produtos. Esses robôs conseguem executar atividades com precisão e rapidez, agilizando o fluxo de trabalho e reduzindo a dependência de processos manuais, o que resulta em entregas mais rápidas e em um menor índice de erro.

Além disso, a Amazon decidiu desenvolver sua própria frota de transporte, um investimento que trouxe maior controle sobre o processo logístico e ajudou a diminuir a dependência de fornecedores terceirizados, aumentando a capacidade da empresa de entregar dentro dos prazos estabelecidos. A empresa também ampliou e modernizou seus centros de triagem, localizando-os próximos aos centros urbanos e regiões com alta demanda, o que facilitou a entrega e reduziu o tempo de transporte. Para sustentar esse crescimento, a Amazon aumentou consideravelmente sua equipe logística, chegando a contar com mais de 100 mil colaboradores dedicados ao setor, o que permite minimizar gargalos e garantir que as operações fluam de maneira ágil e eficaz.

Entre as inovações mais recentes da Amazon está a exploração de novas modalidades de entrega, como o uso de drones, uma tecnologia que, embora ainda limitada a um raio de aproximadamente 15 km, oferece uma alternativa promissora para regiões de difícil acesso e permite uma maior rapidez nas entregas em áreas urbanas. A empresa também introduziu os Lockers, armários localizados em pontos estratégicos, nos quais os clientes podem retirar suas encomendas por meio de um código de acesso. Esse recurso é particularmente útil para pessoas que residem em áreas com menor cobertura logística ou para aqueles que preferem maior flexibilidade na retirada dos produtos. Os dados sobre essas inovações foram apresentados pelo site E.SALES, destacando a capacidade da Amazon de se adaptar rapidamente às demandas do mercado e de introduzir soluções logísticas de ponta.

Essas inovações demonstram o compromisso da Amazon com a satisfação do cliente e sua busca constante por uma experiência de compra inovadora e satisfatória. A Amazon se esforça para antecipar as necessidades dos consumidores e melhorar a experiência de entrega, tornando-se uma referência no setor. A implementação de tecnologias de automação, o desenvolvimento de infraestrutura própria e o foco em novas formas de entrega evidenciam o empenho da empresa em aperfeiçoar sua logística e garantir que seus clientes recebam os produtos com rapidez e segurança, contribuindo para a fidelização e para a imagem positiva da marca no mercado.

Metodologia

Os procedimentos metodológicos abrangem os métodos, técnicas e etapas específicas que os pesquisadores seguem ao conduzir um estudo ou pesquisa. Trata-se de um conjunto organizado e sistemático de ações que orienta a coleta, análise e interpretação dos dados, assim como a formulação de diretrizes. Segundo Sampaio (2013, p. 232), "a finalidade da metodologia é desenvolver procedimentos, técnicas, aplicar métodos e sistematizar informações para a produção de conhecimento".

A estrutura a ser adotada se fundamentará na seleção e escolha das obras que possibilitem a construção de conceitos, como tributo, contabilidade tributária e regimes tributários. Esses conceitos são essenciais para a pesquisa, pois promovem uma melhor compreensão do planejamento tributário e seus impactos nas finanças das empresas. Além disso, as pesquisas realizadas na internet serão de grande utilidade, uma vez que há uma abundância de artigos e outros recursos científicos que contribuirão para o desenvolvimento da proposta.

Em relação à abordagem do problema de pesquisa, foi aplicado a pesquisa qualitativa. A pesquisa qualitativa tem como objetivo explorar e descrever a complexidade das informações, capturando as experiências, opiniões, perspectivas e significados das pessoas envolvidas.

Segundo Beuren (2003, p. 92):

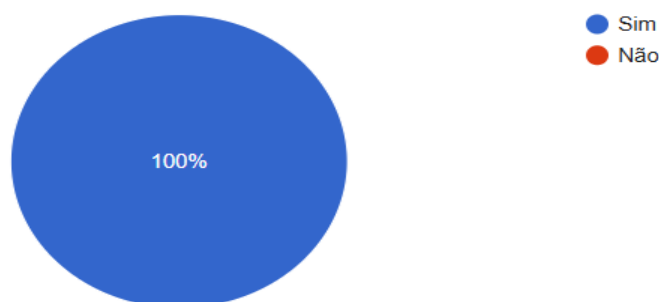
Na pesquisa qualitativa concebem-se análises mais profundas em relação ao fenômeno que está sendo estudado. A abordagem qualitativa visa destacar características não observadas por meio de um estudo quantitativo, haja vista a superficialidade deste último.

O presente estudo fundamenta-se na pesquisa qualitativa, uma vez que permite a formulação de hipóteses e análises sobre o regime de tributação adotado pela empresa, favorecendo uma reflexão acerca dos impactos gerados pelos tributos. Por outro lado, a abordagem quantitativa se concentra na coleta e análise de dados numéricos e mensuráveis para responder às questões de pesquisa e validar hipóteses. Esta metodologia é caracterizada pela objetividade, pela quantificação e pela utilização de análises estatísticas dos dados.

Resultados da pesquisa

Neste cenário, foram abordados os resultados da pesquisa, no qual a primeira questão foi feita a seguinte pergunta: A sua empresa terceiriza o transporte de produtos? Foi obtido um total de 100% que sim, ou seja, todas as empresas pesquisadas trabalham com a terceirização de transporte. Sendo assim, com esta questão, pode-se perceber que todas as respostas do questionário aplicado serão de empresas que tem experiências com a terceirização de transporte em suas rotinas diárias.

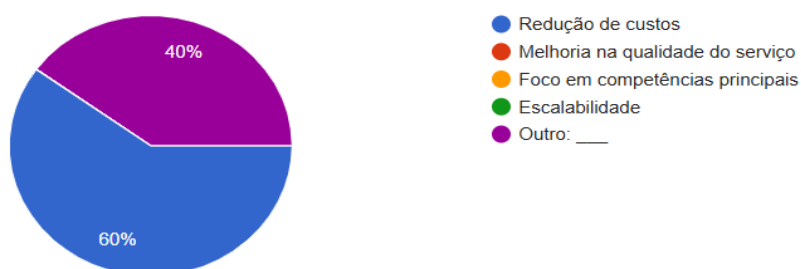
GRÁFICO 1 – Quantidade de empresas que terceirizam o transporte



Fonte: Dados da pesquisa

Na segunda abordagem, foi feita a seguinte pergunta: Se sim, qual a principal razão para a terceirização? Neste questionamento foi coletada as seguintes respostas, 60% redução de custos e 40% outro. Dessa forma, podemos perceber que o maior motivo da contratação deste serviço é a redução de custos, demonstrando que este método é eficiente para o processo logístico.

GRÁFICO 2 – O motivo de contratação deste serviço



Fonte: Dados da pesquisa

Na terceira questão, foi feita a seguinte interrogativa: Que tipo de transporte é terceirizado? Obtivemos um total de 100% que o transporte rodoviário é utilizado. Percebe-se que as empresas ainda investem no transporte rodoviário, pois é um meio de entrega ainda eficaz e ágil, no qual se torna de fácil acesso pois é um método utilizado por muitos anos.

GRÁFICO 3 – O tipo de transporte utilizado na contratação da terceirização

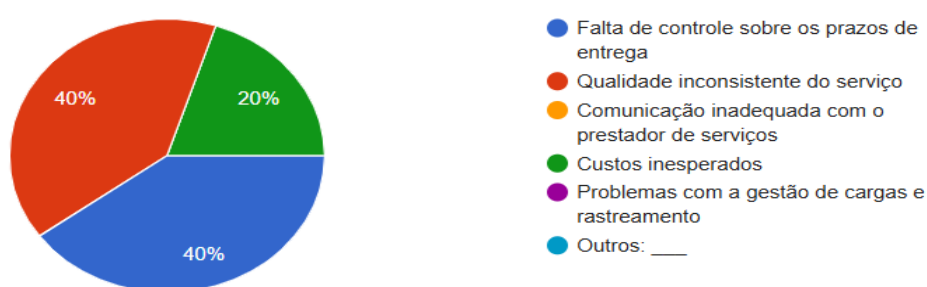


Fonte: Dados da pesquisa

Na quarta questão, se apresenta a seguinte pergunta: Quais são os principais desafios enfrentados ao terceirizar o transporte? Dentre as empresas pesquisadas 40% considera que um de seus desafios é a qualidade inconsistente do serviço, 20%

consideram que é os custos inesperados e 40% consideram que seja a falta de controle sobre os prazos de entrega. Diante destas respostas podemos observar que, os atrasos nas entregas é um desafio enfrentado hoje pelas empresas e a qualidade é fator que incomoda os contratantes do serviço. Com isto, esta pesquisa colabora com a pesquisa, mostrando que as empresas que utilizam este serviço se preocupam com os prazos que os produtos levam para ser entregues.

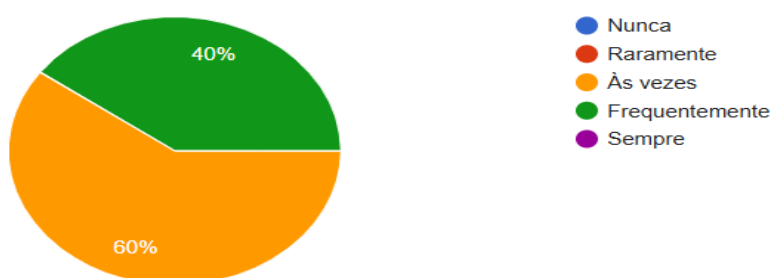
GRÁFICO 4 – Os desafios enfrentados ao terceirizar o transporte



Fonte: Dados da pesquisa

Na quinta, se apresentou a seguinte interrogativa: Com que frequência ocorrem os atrasos nas entregas? As empresas deram as seguintes respostas, 60% ocorrem às vezes e 40% ocorrem frequentemente. Com estas respostas foi considerado que os atrasos nas entregas é algo que ocorre nas empresas, com isto este trabalho se torna crucial para auxiliar os profissionais para que este ocorrido aconteça raramente ou nunca, para evitar que a empresa seja vista de forma negativa.

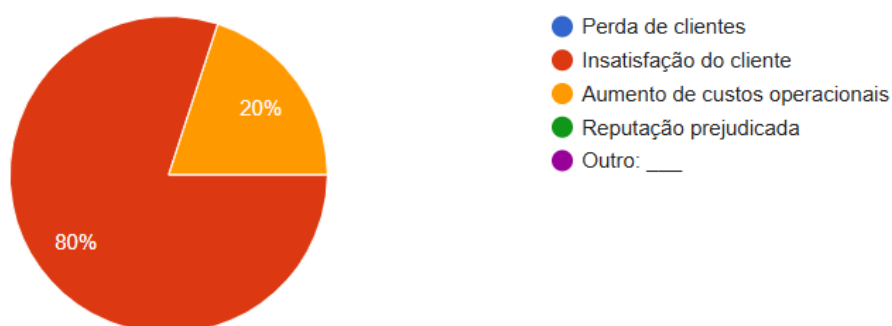
GRÁFICO 5 – A frequência que ocorre os atrasos nas entregas



Fonte: Dados da pesquisa

Na sexta pergunta, foi feita a seguinte interrogativa: Qual o impacto desses atrasos nos seus negócios? Foi obtido as seguintes respostas, 80% influenciam na insatisfação dos clientes e 20% no aumento de custos operacionais. Ou seja, podemos considerar que um dos maiores desafios enfrentados pelas empresas entrevistadas nos atrasos das entregas é a satisfação do cliente, esta descoberta é algo preocupante, pois, o cliente está confiando nos prazos que a empresa fornece, sendo assim, este trabalho irá contribuir com as empresas que enfrentam esta dificuldade, fazendo com que seu prazo seja respeitado e aumentando a qualidade deste serviço.

GRÁFICO 6 – O impacto dos atrasos nas entregas



Fonte: Dados da pesquisa

Na sétima questão a pergunta apresentada foi: Como a empresa lida com atrasos nas entregas? Como resposta, pode-se observar que 80% das empresas tentam uma comunicação proativa com seus clientes e 20% fazem o reembolso ou concedem descontos. Desta forma, podemos observar que no ato de conceder o desconto ou fazer o reembolso se torna um custo alto para a empresa e poucas empresas optam por este procedimento. Como uma opção, mais econômica para a empresa, a maioria das empresas optam por conversar com o consumidor final e amenizar este dano causado. E com isto, esta pesquisa ajuda a concluir que as empresas hoje precisam cumprir com o prazo de entrega, pois pode ocorrer da conversa com o cliente não ser satisfatória, acarretando reclamações e perda do mesmo. Pode-se concluir também que nenhuma das empresas optam por alterações dos processos logísticos, ou seja, não buscam tentativas diferentes para aprimorar os procedimentos de forma que ocasionam a insatisfação dos clientes.

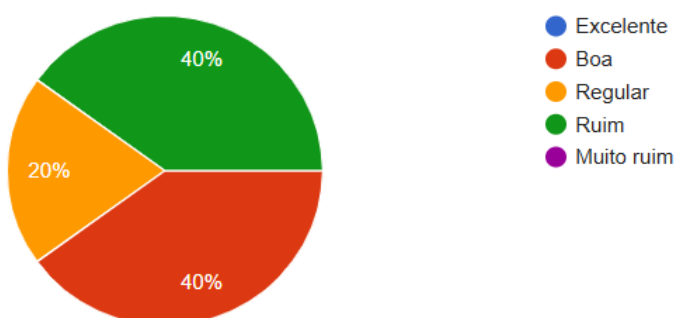
GRÁFICO 7 – A forma que as empresas lidam com os atrasos nas entregas



Fonte: Dados da pesquisa

Na oitava pergunta, a interrogativa foi: Como você avalia a performance geral do prestador de serviços de transporte? Obteve-se as seguintes respostas, 40% consideram a performance ruim, 40% boa e 20% regular. Tal resultado é preocupante, pois temos que empresas que não estão satisfeitas com os serviços prestados, sendo assim, considera-se esta pergunta crucial para auxiliar neste trabalho, pois o seu principal objetivo é auxiliar estas empresas que não estão satisfeitas com a qualidade do serviço, e com isto trazer soluções para que a terceirização seja um serviço de qualidade e eficiência e assim satisfazer as empresas e os consumidores finais, obtendo o sucesso no processo logístico.

GRÁFICO 8 – Avaliação geral do serviço prestado

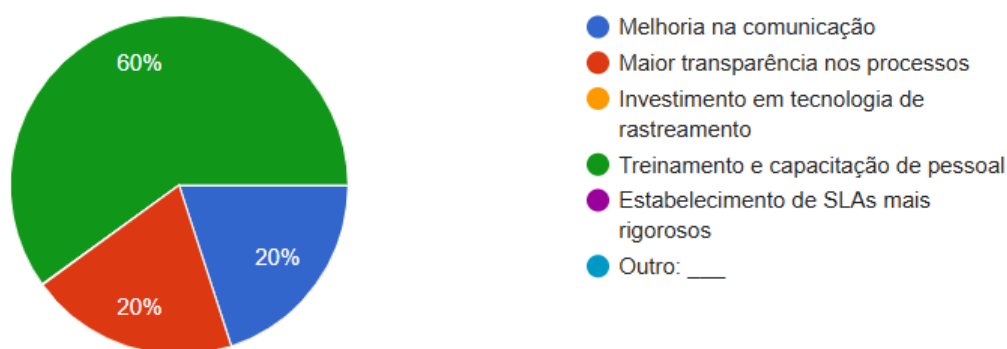


Fonte: Dados da pesquisa

Na nona questão, focou-se na seguinte pergunta: Quais aspectos você considera mais importantes para melhorar a relação com prestadores de transporte? Observou-se que 60% fazem treinamentos e capacitação de pessoal, 20% tenta ser mais transparentes em seus processos e 20% acreditam que seja a melhoria na

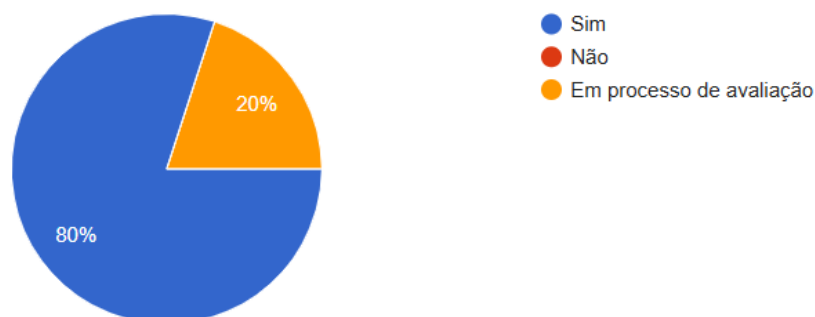
comunicação. Diante disto, percebe-se que as empresas consideram importante a qualidade de serviço dos seus colaboradores, também identificam que uma boa comunicação pode influenciar positivamente sobre a relação entre o contratado e o contratante. E por fim, consideram que a maior transparência dos seus processos também pode influenciar, mas não tanto como a qualificação de seus colaboradores, mas sim, na mesma proporção que a melhoria na comunicação. Foi possível observar também que o investimento em tecnologias não é importante para as empresas, sendo que a tecnologia, na atualidade é algo que está agindo de forma positiva sobre o mercado.

GRÁFICO 9 – Os aspectos que considera importante para melhorar a relação com os prestadores de serviço



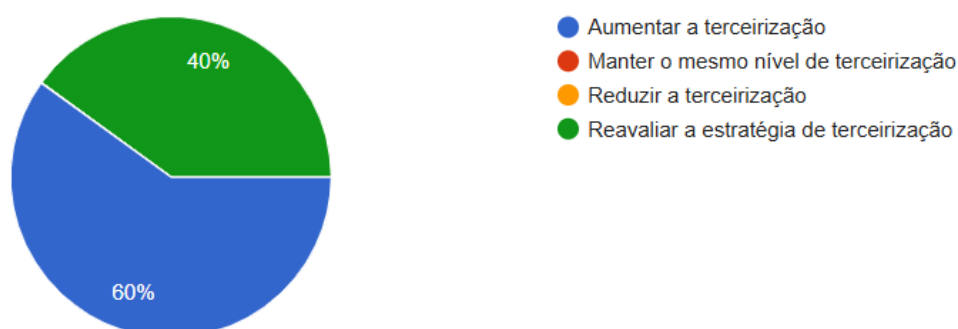
Fonte: Dados da pesquisa

Na décima pergunta, foi levantada a seguinte questão: Você já considerou mudar para um novo prestador de serviços de transporte devido a problemas enfrentados? Diante desta pergunta, foi possível identificar que 80% das empresas já consideraram mudar de prestador e 20% está avaliando a possibilidade, podemos concluir que a insatisfação das empresas quanto ao serviço influencia sobre a resposta dessa questão. Ou seja, as empresas não estão agradando de seus prestadores de serviços a ponto de trocá-las.

GRÁFICO 10 – A alteração de empresa que presta o serviço

Fonte: Dados da pesquisa

Na penúltima pergunta, foi feita a seguinte pergunta: Quais são suas expectativas em relação à terceirização de transporte para o futuro? Foi possível concluir que 60% das empresas esperam que ela aumente e 40% espera que as estratégias da terceirização sejam reavaliadas. As empresas entrevistadas acreditam que a terceirização pode aumentar no futuro, mas não podemos desconsiderar que uma boa parte delas acredita que é preciso rever as estratégias. Podemos concluir que para a expansão da terceirização será necessário ponderar o planejamento, no qual, este trabalho tem o intuito de colaborar para tal efeito.

GRÁFICO 11 – A expectativa da terceirização para o futuro

Fonte: Dados da pesquisa

Por fim, na última questão se encontra a seguinte pergunta, para ser respondida de forma escrita: Quais sugestões você daria para melhorar a eficiência na terceirização de transporte e minimizar os atrasos?

A empresa A respondeu da seguinte forma: “Custos mais acessíveis e cumprimento de prazos.”

A empresa B respondeu: “Primeiro, é crucial selecionar parceiros de transporte confiáveis e com boa reputação. Avaliar o desempenho passado pode ser um diferencial. Em segundo lugar, implementar tecnologia para rastreamento em tempo real ajuda a monitorar a localização e o status dos veículos, permitindo ajustes rápidos se necessário. Finalmente, uma comunicação clara e frequente com os parceiros de transporte garante que todos estejam alinhados e prontos para resolver problemas rapidamente.”

A empresa C respondeu: “Eu acredito que pessoas capacitadas saberiam utilizar seu tempo de entrega, mesmo que possa acontecer imprevistos, o colaborador que é qualificado sabe lidar com as situações”

A empresa D respondeu: “Rotas estratégicas e treinamento de funcionários. Por nossos clientes serem do ramo de agropecuária, as vezes eles fazem um pedido para as festas e contam que esse pedido vai chegar a tempo e acaba não chegando, isso deixa o cliente frustrado e insatisfeito com a nossa empresa, pois garantimos que chegará no prazo. Comunicação também é uma sugestão, pois imprevistos podem ocorrer e precisamos que a transportadora seja clara e proativa com relação a comunicação desses atrasos pois dessa forma podemos passar para nossos clientes a situação e tranquilizá-los.”

A empresa E respondeu: “Melhor comunicação entre a empresa e o prestador do serviço”

Com base nestas respostas, podemos entender que as empresas hoje sofrem dificuldades com a comunicação, atrasos e qualificação diante a terceirização. Elas compreendem que esta comunicação clara e objetiva colabora com a forma na qual pode-se contornar a maneira de lidar com os desafios. É possível perceber que, o atraso nas entregas é desafiador, diante a tal questionário, pois ele implica diretamente com a insatisfação do consumidor final, sendo assim esta pergunta trouxe de forma clara que, a junção da comunicação clara e objetiva mais a qualidade de serviço da prestadora é possível amenizar a insatisfação do cliente, de forma que o ele esteja ciente com antecedência que seu produto poderá atrasar, e assim não se frustrar. Pode-se perceber também que, a qualificação dos colaboradores precisa ser avaliada, de forma que, será necessário treinamentos intensos, no qual deve ser

voltado para a eficiência do processo de entrega, para que o procedimento seja feito com maior agilidade e qualidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio dessa pesquisa, buscou-se compreender que, em suma, a terceirização logística pode ser uma estratégia vantajosa para as empresas, mas os atrasos na entrega representam um desafio significativo que requer uma atenção especial. A gestão eficaz do tempo terceirizado de logística é essencial para evitar atrasos e minimizar os impactos negativos na satisfação do cliente e na reputação da empresa.

Os atrasos nas entregas em processos de transporte terceirizado podem ser causados por uma variedade de fatores, que vão desde problemas internos da empresa até desafios externos, como Seleção Inadequada de Parceiros de Transporte; a escolha de transportadoras com reputação duvidosa ou que não possuem um histórico de desempenho confiável pode resultar em atrasos. Planejamento Logístico Deficiente; a falta de um planejamento logístico adequado pode levar a rotas ineficientes, aumentando o tempo de entrega. Condições de Trânsito e Climáticas; esses fatores são muitas vezes imprevisíveis e podem impactar qualquer parte do processo de transporte. Falta de Comunicação Eficaz; se a transportadora não comunica rapidamente qualquer problema, a empresa pode não ter tempo para se ajustar ou informar os clientes sobre possíveis atrasos. Problemas de Capacidade e Disponibilidade; isso pode acontecer em épocas de pico ou quando a transportadora não possui a quantidade adequada de veículos e motoristas disponíveis.

Foi possível considerar que um dos maiores desafios enfrentados pelas empresas nos atrasos das entregas é a Insatisfação do Cliente; atrasos nas entregas frequentemente levam à insatisfação dos clientes, que esperam receber seus produtos dentro de prazos acordados. Perda de Vendas e Receita; clientes frustrados podem cancelar pedidos, resultando em perda imediata de receita. Danos à Reputação da Marca; a reputação de uma empresa pode ser gravemente afetada por atrasos frequentes. Uma imagem de confiabilidade é crucial para a competitividade no mercado.

Uma entrega eficiente traz uma série de benefícios significativos para empresas e clientes, que vão além da simples movimentação de produtos. Satisfação do Cliente, entregas rápidas e pontuais aumentam a satisfação do cliente e melhoram a

experiência geral de compra. Clientes satisfeitos são mais propensos a se tornar fiéis e recomendar a empresa a outros. A entrega eficiente contribui para a fidelização do cliente. Quando os clientes sabem que podem contar com a empresa para receber seus produtos dentro do prazo, é mais provável que retornem para futuras compras. Uma operação logística eficiente pode ser um diferencial competitivo. Em mercados saturados, a capacidade de oferecer entregas rápidas e confiáveis pode distinguir uma empresa de seus concorrentes. A entrega eficiente e bem gerida reforça a imagem da marca como confiável e profissional, contribuindo para uma reputação positiva no mercado.

Para maximizar a eficiência das entregas, as empresas podem focar em uma série de práticas que envolvem processos mais robustos e parcerias mais alinhadas. Escolher parceiros de transporte com histórico e reputação de confiabilidade é essencial. Avaliar o desempenho passado dos parceiros é uma prática recomendada para evitar problemas recorrentes. Além disso, o uso de tecnologia para rastreamento em tempo real ajuda a reduzir a imprevisibilidade e permite que a empresa seja proativa na gestão de atrasos.

Referências

BALLOU, R. H. (2001). *Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial*. Bookman Editora.

BALLOU, R. H. *Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física*. Tradução de Hugo T. Y. Yoshizaki. São Paulo: Atlas, 2015.

BOWERSOX, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2013). *Supply chain logistics management*. McGraw-Hill Higher Education.

BRASILEIRO, Ada Magaly Matias. *Manual de produção de textos acadêmicos e científicos*. São Paulo: Atlas, 2013.

CHING, Hong Yuh. *Gestão de estoques na cadeia de logística integrada: Supply Chain*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010

Chopra, S., & Meindl, P. (2015). *Supply chain management: strategy, planning, and operation*. Pearson.

FLEURY, P. F., & Wanke, P. F. (2009). *Logística empresarial: a perspectiva brasileira*. Atlas.

FLEURY, P. F.; FIGUEIREDO, K. F.; WANKE, P. *Logística empresarial - a perspectiva brasileira*. São Paulo: Atlas, 2000.

GARCIA ROSA, E. (2021, 21 de janeiro). *2020 tem disparada em reclamações por atraso na entrega de produtos*. Recuperado de https://noticias.reclameaqui.com.br/noticias/2020-tem-disparada-em-reclamacoes-por-atraso-na-entrega-de-p_4111/

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed., 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2016.

GIRARDI, D. *A terceirização como estratégia competitiva nas organizações*. Disponível em:

https://gelre.com.br/wp-content/uploads/2016/01/Estudo_Terceirizacao.pdf. Acessado dia 12/04/2024.

ILOS. (2016, 11 de janeiro). *Percentual de atrasos está muito elevado*. Recuperado de <https://ilos.com.br/percentual-de-atrasos-esta-muito-elevado/>

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia Científica*. 5.ed.4.reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.

NOVAES, A. G. N. (2007). *Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação*. Elsevier Brasil.

NUNES, F. R. M. *A influência dos fluxos logísticos sobre o tamanho e a idade das empresas fabricantes de jeans femininos para adolescentes e jovens*. 2001. 336f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

PIRES, S. R. I. (2004). *Gestão da cadeia de suprimentos: conceitos, estratégias, práticas e casos*. Atlas.

Reclame Aqui. *2020 tem disparada em reclamações por atraso na entrega de produtos*. Disponível em: https://noticias.reclameaqui.com.br/noticias/2020-tem-disparada-em-reclamacoes-por-atraso-na-entrega-de-p_4111/. Acesso em 25/04/2024

RUSHTON, A., Croucher, P., & Baker, P. (2010). *The handbook of logistics and distribution management*. Kogan Page Publishers.

SADER, A. T. *Terceirização logística – visões do contratante e contratado*. 2007. 143f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo, 2007.

WANKE, P. *Impactos da sofisticação logística de empresas industriais nas motivações para terceirização*. Revista Gestão & Produção, v.11, n.3, p. 455-467, sept./dec.2004.