

## SERVIÇO AO CLIENTE NA DISTRIBUIÇÃO DE ENCOMENDAS

SANTANA, Beatriz Lourenço<sup>1</sup>; COELHO, Elainy Cristina da Silva<sup>2</sup>

### RESUMO:

O aumento do volume de vendas no comércio eletrônico, assim como, a grande concorrência, estão exigindo um nível cada vez maior de serviço ao cliente, principalmente, das empresas de distribuição e logística. Neste contexto, o presente trabalho tem como objetivo discutir a importância do serviço ao cliente no processo logístico de distribuição de encomendas na unidade de Palmas-TO de uma transportadora com atuação nacional. A empresa pesquisada utiliza majoritariamente o transporte rodoviário, sendo especializada no segmento de encomendas fracionadas, e presta serviço para os mais variados segmentos do mercado, como confecções, eletroeletrônicos, indústrias de calçados, materiais hospitalares, medicamentos, artigos de informática, entre outros. Considerando o objetivo de pesquisa, desenvolveu-se um estudo de caso, de modo que os dados foram coletados por meio de entrevista com roteiro semiestruturado; em que se entrevistou o gerente geral na unidade em questão. O entrevistado relatou que a tecnologia e a padronização dos serviços são pilares da empresa para oferecer um nível de serviço superior, sendo que o software de gestão usado na unidade é integrado ao sistema geral da empresa, que estabelece conexão com todas as unidades e a matriz. Nesse aspecto tecnológico, a empresa utiliza ainda um sistema automatizado de distribuição de encomendas para padronização de carga e descarga, assim como, para ter um processo de separação, classificação e (des)consolidação de carga mais ágil e seguro. Para a integração dos processos, as encomendas são identificadas com códigos de barras, e o gerenciamento de rotas é realizado de forma eletrônica. Conforme o entrevistado, para se alcançar um nível satisfatório na prestação de serviços ao cliente, erros não são tolerados, ainda mais com a ampla concorrência do setor. Além disso, as parcerias com os contratantes/clientes dependem de um resultado satisfatório, pois, o atraso ou erro na entrega de uma mercadoria impacta, negativamente, todas as empresas integrantes à cadeia de abastecimento. A comunicação via sistema tanto na coleta como na entrega de encomendas, possibilita agilidade na transmissão das informações entre a empresa e os motoristas, permitindo também a resposta rápida ao cliente. Nesse aspecto, os clientes podem fazer o rastreamento de cargas através do site da empresa, pois o status do pedido ficam disponíveis para o destinatário e o remetente de forma instantânea à medida que acontecem as etapas de distribuição. O entrevistado relatou que a entrega efetiva dos produtos no prazo é cada vez mais importante, mas as informações e atualizações instantâneas de todas as etapas do processo de distribuição são primordiais. Para aumentar o nível de serviço no transporte de cargas consideradas urgentes, a empresa também faz uso do modal aéreo, para isso, utiliza-se do serviço de empresas áreas parceiras. Em resumo, pode-se dizer que possui vantagem competitiva no setor de distribuição, transportadoras que se configuram realmente como parceiras de seus clientes/contratantes na redução do *lead time*. Além disso, constatou-se com o estudo que manter os clientes informados é imprescindível para organização, pois a informação precisa do pedido permite elevar o nível de serviço oferecido, assim como, a obtenção de vantagem competitiva.

**Palavras-chave:** Cliente; Distribuição; Encomendas; Serviço.

<sup>1</sup> Tecnóloga em Logística, IFTO-Campus Porto Nacional, email: beatrizlscaraiba@gmail.com

<sup>2</sup> Professora IFTO-Campus Porto Nacional, email: elainy@ifto.edu.br