



PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO DE ESTRATÉGIAS PARA OTIMIZAR O ESPAÇO FÍSICO DO SETOR DE EXPEDIÇÃO, VISANDO AGILIZAR OS PROCESSOS DE ENTREGA AOS CLIENTES: ESTUDO DE CASO NA EMPRESA TUTIPLAST INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA

ARTIGO ORIGINAL

CARVALHO, Roberth Monteiro de¹, AFONSO, Kethlen da Silva², PRINTES, Alana Ferreira³, ROBERTO, José Carlos Alves⁴, COSTA, Rejane Flores da⁵

CARVALHO, Roberth Monteiro de. Et al. **Proposta de implementação de estratégias para otimizar o espaço físico do setor de expedição, visando agilizar os processos de entrega aos clientes: estudo de caso na empresa Tutiplast Indústria e Comércio LTDA.** Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano. 07, Ed. 06, Vol. 03, pp. 62-77. Junho de 2022. ISSN: 2448-0959, Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/otimizar-o-espaco-fisico>, DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/administracao/otimizar-o-espaco-fisico

RESUMO

O presente artigo trata-se de um estudo de caso realizado na empresa de grande porte, Tutiplast Indústria e Comércio LTDA, que tem como especialidade promover soluções em injeção plástica há 26 anos no mercado de Manaus, gerando resultados sustentáveis por meio de métodos inovadores para a fabricação de peças plásticas e prestação de serviço. Dessa forma, a questão que norteou o desenvolvimento da pesquisa foi: quais estratégias podem ser adotadas para ampliar o espaço de expedição da organização, a fim de que o processo de envio do material ao cliente seja agilizado? Assim, para dar resposta a esse problema de pesquisa, foi definido como objetivo geral identificar as dificuldades e as formas de solucionar os problemas que a empresa tem enfrentado diante da crise no mercado atual. Posto isso, a metodologia utilizada para o desenvolvimento do estudo caracterizou-se como exploratória e descritiva baseada em uma análise reflexiva e pesquisa de campo. Para tanto, utilizou-se como instrumento de construção das propostas interventivas e seu cronograma a ferramenta da qualidade 5W2H. Logo, com relação às considerações finais, espera-se que a empresa implemente as ações propostas a fim de lograr êxito na otimização do espaço físico da expedição, aperfeiçoando os processos de envio dos materiais para o cliente.



Palavras-chave: Diagnóstico Organizacional, Gestão, Prestação de Serviços.

1. INTRODUÇÃO

A elaboração deste trabalho tem como premissa apresentar um estudo realizado na empresa Tutiplast Indústria e Comércio Ltda, onde foi realizada uma análise do diagnóstico organizacional com o intuito de conhecer melhor a empresa e verificar as dificuldades enfrentadas pela mesma.

Assim, a partir desse diagnóstico, foram elaboradas propostas de ações interventivas na tentativa de eliminar as dificuldades presentes na área de expedição da empresa, a fim de ampliar o seu espaço disponibilizado nas docas com vistas a otimização dos processos de entrega de materiais aos clientes.

Após a análise realizada na área de expedição, foi observado que a falta de espaço verificado nas docas apresentou-se como o ponto fraco da empresa que, por sua vez, precisa ser melhorado. Esse problema afeta, de maneira indireta, a prestação de serviço aos clientes, pois a falta de espaço apropriado nas docas de expedição influencia na agilidade da prestação de serviço.

Verificada a situação ocorrida no cotidiano da empresa Tutiplast Indústria e Comércio Ltda., mediante observação participativa, foi desenvolvido o estudo temático que pretende responder a seguinte questão norteadora: quais estratégias podem ser adotadas para ampliar o espaço de expedição da organização, a fim de que o processo de envio do material ao cliente seja agilizado?

Para dar resposta a esse problema de pesquisa, foi definido como objetivo geral identificar as dificuldades e as formas de solucionar os problemas que a empresa tem enfrentado diante da crise no mercado atual.

Com isso, espera-se que a empresa reduza os gargalos evidenciados no diagnóstico e que obtenha êxito no aperfeiçoamento de seus processos logísticos relativos à expedição de materiais.



2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Vergara (2016 p. 43), a fundamentação teórica ou revisão bibliográfica representa uma parte importante para o desenvolvimento de uma pesquisa sobre um determinado tema, visando a explanação e o debate desse assunto com base em referências já publicadas.

Na concepção da autora supracitada, a partir do momento em que ocorre a publicação de uma obra, essa passa a servir de base para outros estudos. Partindo desse princípio, é notório a importância dessas obras para que os pesquisadores possam fundamentar as suas ideias e propostas de estudo.

2.1 ADMINISTRAÇÃO E SUAS PERSPECTIVAS

A administração é considerada um dos maiores fenômenos da civilização moderna e diz respeito à melhor maneira pela qual a organização pode definir e alcançar os seus objetivos.

Em razão do mercado atual encontrar-se em fase de grandes mudanças, a administração tornou-se uma das mais importantes áreas da atividade humana que, de acordo com Chiavenato (2014, p 7), tem como propósito conduzir as organizações de maneira eficiente e eficaz, sejam elas indústrias, comércios, organizações de serviços públicos, dentre outras.

Seguindo essa linha de pensamento, o autor referenciado descreve que a eficiência e a eficácia com que as pessoas realizam suas atividades para alcançar objetivos comuns depende diretamente da ação administrativa e de suas perspectivas futuras com o surgimento de novas formas mais adequadas às demandas atuais, onde as atividades passam pelo crivo subjetivo da necessidade de se administrar essa incerteza. Entre estas, segundo Chiavenato (2014), encontram-se os seguintes aspectos:

a) Crescimento das organizações: as organizações que apresentam aspecto positivo quanto ao seu desenvolvimento no meio empresarial, também apresentam aspecto



positivo de ascendência em todos os aspectos, seja em tamanho, produtos ou serviços prestados. O desenvolvimento é um fato concreto provocado por um acontecimento que promove a ascendência da organização (CHIAVENATO, 2014). Assim, a ocorrência desse fato, leva a empresa a expandir área interna de cada setor e as atividades laborais passam a contar com colaboradores cada vez mais especializados.

b) Concorrência mais aguda: em um mundo econômico altamente competitivo, as organizações estão cada vez mais passando por um processo de exigência quanto ao aumento de produtividade, pois somente assim poderão sobreviver e manter-se no mercado que vem se mostrando cada vez mais competitivo.

c) Tecnologias inovadoras: a utilização de tecnologias inovadoras permite que a empresa realize as modificações necessárias em suas estruturas internas com o objetivo de possibilitar a liberação de pessoas que realizam determinadas atividades. Esse processo permite, ainda, que o gestor realize uma administração mais eficiente, tendo como ponto de partida os recursos disponíveis para o desenvolvimento de um método cuja finalidade seja o processo evolutivo do setor e, por conseguinte, da empresa (FROTA, 2010, p. 124).

d) Visibilidade a empresa: a partir do crescimento da empresa, cada vez mais pessoas passam a se interessar em suas atividades, e esse interesse se reflete em uma maior proximidade que, por sua vez, acarreta maior visibilidade a organização (CHIAVENATO, 2014).

Mediante o apresentado, Chiavenato (2014) argumenta que o futuro das organizações está relacionado ao surgimento de novas organizações com sistemas mais adequados para a contemporaneidade, pois, como se percebe, não há mais espaço para as organizações que ainda fazem uso do sistema burocrático.

Diante dessas acepções, a administração contemporânea sai da visão antiga do saber fazer para a nova urgência no campo empresarial, que é o procedimento a ser realizado para a tomada de decisão.



Assim sendo, é importante pontuar que ainda restam algumas empresas que fazem uso da administração burocrática, todavia, esse processo, segundo Maximiano (2017), tem que ser modificado se a mesma quiser sobreviver em um mercado competitivo e exigente como o atual.

Sob esse ponto de vista, entende-se que é fundamental destacar os aspectos que envolvem a necessidade de mudança nas organizações que ainda se utilizam da administração burocrática para o crescimento e a expansão da organização (DUTRA, 2018), o que inclui a mudança de mentalidade dos administradores e a apropriação de novas tecnologias a fim de competir com uma economia sofisticada e internacionalizada e adquirir maior visibilidade nos negócios (ROBBINS, 2015).

Vale ressaltar que a administração, por ser uma atividade realizada nas organizações, constitui-se como um trabalho que é baseado na realização de uma tarefa básica, que se dá por meio de pessoas, visando melhores resultados, sendo o fator chave para o crescimento da empresa e solução dos problemas mais complexos que envolvem o mercado atual (DUTRA, 2018).

2.3 A LOGÍSTICA E SUA IMPORTÂNCIA PARA A ORGANIZAÇÃO

Atualmente, segundo Campos (2017), a logística tem se tornado uma peça de grande importância para as empresas, pois abrange vários setores que podem ter algum tipo de deficiência, desde a parte gerencial até o atendimento ao cliente final. Em virtude disso, ela começou a despertar o interesse dos estudiosos e o tema passou a ter significados mais abrangentes.

Assim, para Ching (2009, p.27), a logística está relacionada com o gerenciamento do fluxo de materiais que, por sua vez, começa com a fonte de fornecimento e estende-se até o consumidor final.

Já Viana (2012) considera que a logística diz respeito aos cuidados com os suprimentos e sua distribuição, de forma coordenada com o propósito de reduzir custos, visando aumentar a sua competitividade.



Diante disso, Bertaglia (2005) aponta que a logística é um esforço integrado que tem como intuito criar valor ao cliente pelo menor possível, em que quanto menor for o custo da sua produção, maior será o lucro da empresa.

Nesse sentido, de acordo com Ballou (2014), a logística surgiu a partir da necessidade da criação de estratégias para o campo militar, onde a movimentação para o abastecimento de água se fazia necessário para a sobrevivência das tropas.

A logística, de acordo com a Associação Brasileira de Logística (ASLOG), atua no campo de abastecimento planejando, implementando e controlando “com eficácia o fluxo e a armazenagem dos bens, dos serviços e das informações entre o ponto de origem e o ponto de consumo destes itens, a fim de satisfazer todas as exigências dos consumidores em geral” (ESPAÇO LOGÍSTICO, 2008).

Diante desse cenário, Guarnieri *et al.*, (2006), por sua vez, esclarece que a logística é a relação entre as atividades realizadas na organização através da troca de informações, onde se leva em consideração que estas são partes de um procedimento único, com o intuito de satisfazer o cliente final. Mediante este contexto, pode-se evidenciar que não há motivos para que o gerenciamento logístico ocorra de maneira separada, uma vez que esse processo poderá incorrer em riscos desnecessários à empresa.

Nesse sentido, Bertaglia (2005) destaca, ainda, que a logística é considerada uma particularidade da administração responsável por ministrar recursos e informações para a efetivação de todas as atividades de uma organização. Desse modo, é importante pontuar que a logística é um fator de grande influência em toda organização.

Posto isso, no pensamento de Bertaglia (2005), a administração logística sempre deve ser bem organizada para que ela atinja seus objetivos e ajude as outras áreas a atingir os delas. Sendo assim, nenhuma empresa sobrevive sem que a logística consiga suprir suas necessidades e cumprir suas metas.



Diante desse aspecto, no contexto empresarial, a logística é a responsável pelo suprimento dos insumos e a distribuição dos produtos acabados. Nas comunicações que ocorrem entre os fornecedores, a empresa e os clientes, a logística assume a responsabilidade na administração dos instrumentos contratuais visando garantir a execução dos sistemas de transportes que reabastecem os insumos e distribuem os produtos até aos consumidores finais.

Diante disso, Christopher (2007, p. 2) entende que a Logística

é a área responsável por todo o processo e etapas de recebimento, armazenagem e distribuição de produtos e serviços. A Logística está dividida em Logística de suprimentos, logística de produção, logística de distribuição e logística integrada, sendo todo este ciclo responsável pela cadeia de suprimento de uma empresa, (Supply Chain).

Seguindo essa linha de pensamento e corroborando com o autor, a Logística tem como meta final atender às necessidades do cliente, de modo eficiente e vantajoso. Assim, dentre a execução do processo logístico, temos o transporte, o gerenciamento de estoque e o processo de entrada referente aos pedidos, também conhecido como o processo de expedição (CHRISTOPHER, 2007).

2.3.1 EXPEDIÇÃO COMO ESTRATÉGIA FUNDAMENTAL PARA SATISFAÇÃO DO CLIENTE

De acordo com Campos (2017), a expedição visa o atendimento às demandas das unidades administrativas requisitantes, distribuindo os materiais que estão armazenados de forma eficiente e em tempo hábil.

Partindo desse princípio, a expedição dentro de uma organização é uma atividade que se realiza depois do produto acabado ser vendido e devidamente acondicionado, ou seja, preparado para o envio ao cliente. Nesse contexto, Campos (2017) afirma que é fundamental verificar a existência de espaço para a alocação do material solicitado, a fim de se ter a certeza de que o acondicionamento do material (produto) está pronto para envio ao cliente final.



Diante disso, Dias (2010) discorre que a expedição ainda envolve a preparação dos pedidos em suas quantidades corretas e de acordo com o cliente, pois remessas enviadas simultaneamente podem vir a atender mais de um pedido ou local.

Assim, para que a expedição seja eficiente as docas devem apresentar um espaço amplo para o carregamento da carga, cabendo ao responsável consolidar os pedidos, verificando se a solicitação está saindo de acordo com o pedido do cliente e se o tempo de envio será realmente cumprido.

Diante do apresentado, entende-se que a organização dos materiais solicitados deve, desde a expedição até o envio ao cliente, cumprir a ordem de entregas a serem realizadas.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

De acordo com Gil (2019), para a realização de uma pesquisa faz-se necessária a escolha de materiais e métodos que venham direcionar a execução do projeto. Portanto, na elaboração deste trabalho foram utilizados alguns procedimentos metodológicos em relação aos objetivos da pesquisa e aos procedimentos de coleta de dados. Nesse sentido, será descrito, nesse tópico, o tipo de pesquisa utilizado, assim como os seus métodos e instrumentos para a coleta de dados.

Sob essa ótica, a metodologia para Lakatos e Marconi (2014) é o conjunto de métodos e técnicas utilizadas para a realização de uma pesquisa. Ela abrange desde a sua concepção e preparação para a entrada em campo até as etapas de tratamento, apresentação, descrição e interpretação dos dados de uma forma ordenada.

A metodologia, segundo Gil (2019), configura-se como uma prática que tem por finalidade esclarecer não apenas a área da verificação científica, mas principalmente seu adequado procedimento quando se trata de pesquisa, pois suas exigências não são de submissão exata a fórmulas rígidas antes do resultado final. Assim, a metodologia pode ser definida quanto à natureza, quanto aos meios e quanto aos fins, dependendo dos métodos e materiais utilizados na pesquisa.



Posto isso, para o desenvolvimento desta pesquisa foram utilizadas metodologias específicas com o objetivo de conhecer novas modalidades e ferramentas que ajudassem a encontrar uma proposta que se adequasse a resolução dos problemas identificados na empresa Tutiplast Indústria e Comércio Ltda após a análise realizada.

3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos representam a definição do método e a forma de pesquisa a ser empregada para o desenvolvimento da pesquisa (LAKATOS; MARCONI, 2014). Portanto, este projeto foi realizado por meio de coleta e análise de dados, tendo como objetivo desenvolver propostas que auxiliem a empresa, visando agilidade na doca de expedição e envio de materiais aos clientes da empresa Tutiplast Indústria e Comércio Ltda.

3.1.1 QUANTO À NATUREZA:

Quanto à natureza, essa pesquisa configurou-se como aplicada por apresentar ferramentas, processos e tecnologias para a proposta de implementação de fortalecimento dos pontos fracos e manutenção dos pontos fortes da empresa.

Para tanto, a pesquisa baseou-se em uma abordagem qualitativa com base na análise dos dados e quantitativa conforme a forma de coleta de informações, realizada por meio da observação direta.

Diante disso, segundo Gil (2019), ao fazer uso desse tipo de abordagem, verifica-se que ocorre uma investigação de maior profundidade, onde o fenômeno é estudado a fim de se identificar como se dá o fato pesquisado.

3.1.2 QUANTO AOS FINS:

Para Prodanov e Freitas (2013), os fins de uma pesquisa, independentemente de seu tipo, são concretizados com o desígnio de alcançar um objetivo comum. Desse modo, quanto aos fins, a pesquisa caracterizou-se como exploratória por tratar da conexão



de ideias, tendo como principal fator a busca do que causou o problema a ser investigado para, então, definir a melhor maneira de resolver o problema identificado.

3.1.3 QUANTO AOS MEIOS:

Os meios utilizados para a apresentação da proposta de implementação à empresa estudada se basearam na observação participante por parte dos autores, por meio da pesquisa de campo, em que teve-se como objetivo obter informações que fundamentassem a sugestão sobre a possibilidade prática da implantação de melhorias no espaço de expedição da empresa Tutiplast Indústria e Comércio Ltda.

Nesse contexto, os meios de investigação geralmente são aplicados com o intuito de analisar o fenômeno estudado, a fim de encontrar uma explicação e solução para os seus desdobramentos a partir de suposições publicadas em livros, revistas, dentre outros (MATIAS-PEREIRA, 2016, p. 82).

3.2 CARACTERÍSTICA DA EMPRESA

A empresa Tutiplast Indústria e Comércio Ltda foi fundada em outubro de 1993 e iniciou suas atividades com apenas 3 máquinas injetoras e 3 empregados, em um galpão com apenas 150 m², produzindo recipientes plásticos de 70 ml. Sendo assim, o seu primeiro cliente foi a empresa Keytch (fabricante de teclados para computadores) (TUTIPLAST, s.d.).

Visando ampliar seus negócios e fidelizar a parceria com seus clientes, a empresa ampliou suas instalações, contando, atualmente, com um parque fabril de 7.500 m² de área construída, 83 máquinas injetoras e cerca de 850 colaboradores que durante 3 turnos de trabalho industrializam mais de 650 itens diferentes.

Dessa forma, atualmente, ela possui cerca de 43 clientes nos segmentos de eletroeletrônico, mecânico, duas rodas, entretenimento, higiene pessoal, relojoeiro, informática e produtos descartáveis do polo industrial de Manaus – PIM.



Posto isso, a Tutiplast desenvolve um trabalho voltado à manutenção da fidelização de seus clientes, produzindo com o foco na melhoria contínua da qualidade de seus produtos para superar as expectativas de seus clientes. Para isso, conta com uma equipe de profissionais capacitados em suas diversas áreas técnicas de apoio à produção (TUTIPLAST, s.d.).

4. RESULTADOS

4.1 ANÁLISE INTERNA DA EMPRESA

A análise interna da empresa Tutiplast Indústria e Comércio LTDA foi feita com o intuito de procurar evidenciar, juntamente com os representantes da empresa, os pontos fortes e fracos da organização e onde possivelmente deve-se melhorar.

Portanto, realizou-se, em setembro de 2021, um diagnóstico organizacional na empresa estudada, onde analisou-se os fatores críticos de sucesso das áreas funcionais da empresa e apurou-se a logística como a área mais crítica da organização.

Com isso, elaborou-se uma proposta interventiva com o objetivo de reduzir os gargalos existentes na organização relativos ao espaço físico da área de expedição.

Diante desse contexto, analisou-se o que poderia ser feito para a melhoria do processo de movimentação dos materiais para o seu envio ao cliente final.

Assim, quanto à expedição dos materiais, optou-se por priorizar os principais problemas identificados, por acreditar que ao pôr a proposta em prática, a mesma terá efeito imediato, com menor custo-benefício.

4.2 AÇÕES PROPOSTAS

Um ponto fraco é evidenciado quando a empresa não realiza algo de modo eficiente em relação aos seus concorrentes ou não dispõe de algum recurso importante. Consiste, ainda, em uma situação que coloca a empresa em algum tipo de



desvantagem. Desse modo, os pontos fracos são as variáveis internas e controláveis que provocam uma situação desfavorável para a empresa em relação ao seu ambiente e segmento de atuação. Logo, no caso em questão, a proposta de melhoria foi voltada para o fluxo de materiais na área de expedição, identificado como o ponto fraco da empresa.

Assim, para a realização das atividades propostas foi elaborado um quadro onde foram definidas as atividades a serem realizadas, o cronograma e os recursos, conforme apresentados no quadro 2.

Quadro 3 – Atividades propostas

Item	Atividades	Cronograma	Recursos
01	Implementar um plano de ação e estratégias para a logística interna	3 vezes por semana	R\$ 1.150,00
02	Promover melhorias no fluxo de materiais na área de expedição	3 vezes por mês	R\$ 1.200,00
03	Implementar ações para melhoria do espaço reduzido no setor de expedição	2 vezes ao mês	R\$ 1.240,00
04	Investir na organização dos materiais para expedição e envio ao cliente final	4 vezes por mês	R\$ 1.300,00
	R\$ 4.890,00		

Fonte: Elaboração dos autores, 2022

As atividades propostas foram direcionadas para a melhoria do fluxo de expedição dos materiais, que diz respeito a uma operação de movimentação que impacta de forma direta e indireta o tempo de execução da unidade. Essas melhorias foram avaliadas pelos gestores de movimentação, transporte e expedição, e algumas delas já foram implementadas na operação de expedição, sendo acompanhadas pelo responsável da área.

Sob essa ótica, para a elaboração da proposta de solução e realização de cada etapa do planejamento de ação, adotou-se a ferramenta 5W2H que tem como propósito deliberar quais etapas irão compor o planejamento. Portanto, fazendo uso dessa



ferramenta, elaborou-se um quadro com as atividades a serem implementadas para a concretização da proposta de melhoria do fluxo de expedição de materiais.

A ferramenta 5W2H, segundo Gomes (2014), é imprescindível para auxiliar de modo simples a preparação de um planejamento claro e objetivo. Nesse contexto, no quadro 4 encontram-se descritas as ações elaboradas para as melhorias propostas na área de expedição da empresa.

Quadro 4 – 5W2H Plano de melhoria do fluxo de expedição de materiais

Estruturação do plano de melhoria para a área de expedição	
O que?	Realizar ações de melhoria no fluxo de movimentação de materiais
Porque?	Com o intuito de melhorar a área de expedição
Onde?	Na própria empresa
Quando?	Segunda semana de março/2022
Quem?	Gestor do setor de expedição
Como?	Reunião da direção e gestores com os colaboradores para que assim possam definir as estratégias a serem aplicadas para que os objetivos sejam alcançados.
Quanto?	R\$ 1.500,00

Fonte: Elaborado pelos autores pesquisa, 2022

No quadro 4 é possível visualizar a proposta de implementação direcionada a melhoria do setor de expedição da empresa Tutiplast Indústria e Comércio Ltda., a qual será realizada na própria empresa, no setor de docas, com o intuito de promover melhorias na área de expedição no processo de movimentação dos materiais que deverão ser enviados ao cliente, com data de início estipulada para a segunda semana de março de 2022, sem previsão de término.

O gestor da área de expedição foi o colaborador designado para pôr em prática este plano, com o custo de R\$ 1.500,00 (mil e quinhentos reais). Com isso, a ação proposta se baseou em uma reunião com os colaboradores a fim de traçar estratégias para o alcance dos objetivos da empresa.



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração deste trabalho teve como premissa apresentar os resultados obtidos a partir de um estudo de caso realizado na empresa Tutiplast Indústria e Comércio Ltda, onde foi aplicado um diagnóstico organizacional com o intuito de conhecer melhor a empresa e verificar as dificuldades enfrentadas pela mesma. Com isso, identificou-se a logística como a área mais crítica da empresa no que diz respeito ao processo de expedição de materiais, o que influenciou na elaboração das propostas de implementação.

Dessa forma, com relação à questão norteadora do artigo: quais estratégias podem ser adotadas para ampliar o espaço de expedição da organização, a fim de que o processo de envio do material ao cliente seja agilizado? Elaborou-se um conjunto de quatro propostas de ação que visam realinhar as estratégias de logística interna, promover melhorias no fluxo dos materiais de expedição, aperfeiçoar o uso do espaço da expedição e organizar os fluxos de envio de produtos aos clientes.

Logo, espera-se que este estudo possa contribuir com o desenvolvimento da organização quanto a ampliação do espaço da prestação de serviços da empresa Tutiplast Indústria e Comércio Ltda. E, ainda, ressaltar a importância do alinhamento dos processos logísticos para a melhoria do desempenho das organizações e aumento da satisfação dos clientes, cabendo às empresas buscar realizar suas atividades de modo eficiente para a obtenção de melhores resultados.

REFERÊNCIAS

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/Logística Empresarial**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

BERTAGLIA, P. R. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento**. São Paulo: Saraiva, 2005.

BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. **Logística Empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo: Atlas, 2007.



CAMPOS, F. Logística. **Prezi**, Bauru, 2017. Disponível em: <https://prezi.com/6p2qpsg7xhyy/expedicao-de-materiais/?webgl=0>. Acesso em: 08 abr. 2022.

CHIAVENATO, I. **A Administração nos novos tempos**. 8. ed. São Paulo: Elsevier Campus, 2014.

CHING, H. Y. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada**. São Paulo: Atlas, 2009.

DIAS, M. A. P. **Administração de materiais: uma abordagem logística**. São Paulo: Atlas, 2010.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2010. Disponível em: <https://sextante.com.br/autores/fernando-dolabela/>. Acesso em: 05 abr. 2022.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

DRUCKER, Peter. **Prática de administração de empresa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

DUTRA, J. S. **Administração de carreiras: uma proposta para repensar a gestão de pessoas**. 3. ed., 11. reimpr. São Paulo: Atlas, 2018.

ESPAÇO LOGÍSTICO. ASLOG - Associação Brasileira de Logística. **Espaço logístico**, 2008. Disponível em: <http://espacologistico.blogspot.com/2009/10/aslog-associacao-brasileira-de.html>.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GOMES, L. 5W2H: Ferramenta para a elaboração de Planos de Ação. **Iprocess**, 2014. Disponível em: <http://blog.iprocess.com.br/2014/06/5w2h-ferramenta-para-a-elaboracao-de-planos-de-acao/> acesso em: 05 de abr. 2022.

GUARNIERI, Patrícia. *et al. Warehouse Management System: adaptação proposta para o gerenciamento da logística reversa*. **Produção**, v. 16, n. 01, p. 126-139, 2006.

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. São Paulo: Atlas, 2009.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria Geral da Administração - Da Revolução Urbana à Revolução Digital**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.



MOTTA, F. C. P.; ISABELLA, G. de V. Teoria Geral da Administração. 3. ed. Ver, São Paulo: Cengage Learning, 2015.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 4. ed. Novo Hamburgo, RGS: Universidade Feevale, 2013.

ROBBINS, S. P. **Administração: mudanças e perspectivas**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

TUTIPLAST. História. **Tutiplast**, S.d. Disponível em: [https://www.tutiplast.com.br/v\\$/historia.html](https://www.tutiplast.com.br/v$/historia.html). Acesso em: 15 de mai. 2022.

VERGARA, S. C. **Gestão de pessoas**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

VIANA, J. J. **Administração de Materiais: Um Enfoque Prático**. São Paulo: Atlas, 2012.

Enviado: Maio, 2022.

Aprovado: Junho, 2022.

¹ Graduanda do curso de Administração. ORCID: 0000-0003-1395-0198.

² Graduando do curso de Administração. ORCID: 0000-0003-0345-406X.

³ Graduando do curso de Administração. ORCID: 0000-0001-8251-5523.

⁴ Orientador. Mestre em Engenharia de Produção. Especialista em Logística empresarial. Graduado em Administração com Ênfase em Marketing.

⁵ Co-orientadora. Mestre em Administração - UFPE, Especialização em Marketing Empresarial - UFAM - Graduação em Administração - Faculdade Objetivo.