



**CENTRO PAULA SOUZA**



---

**Etec "PROF.<sup>a</sup> ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ"**  
**TÉCNICO EM LOGÍSTICA**

Daiane Manoela de Souza  
Daiane Souza Santos  
Júlio Cesar Arraes Chaves  
Silas Alex Soares dos Santos

**PROCESSOS DE DISTRIBUIÇÃO**

**Araraquara  
2015**

**Daiane Manoela de Souza  
Daiane Souza Santos  
Júlio Cesar Arraes Chaves  
Silas Alex Soares dos Santos**

## **Processos de Distribuição**

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a ETEC "Prof.<sup>a</sup> Anna de Oliveira Ferraz", do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito para a obtenção do título de Técnico em Logística sob a orientação das Professoras Gabriela Messias da Silva e Luciana Steinle.**

**Araraquara  
2015**

**Daiane Manoela de Souza  
Daiane Souza Santos  
Júlio Cesar Arraes Chaves  
Silas Alex Soares dos Santos**

## **PROCESSOS DE DISTRIBUIÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Prof<sup>a</sup>. Anna de Oliveira Ferraz como exigência parcial para obtenção do título de **Técnico em Logística**, sob orientação dos professores Gabriela Messias da Silva e Luciana Steinle.

Aprovado em \_\_\_\_ de Novembro de 2015.

Banca Examinadora:

---

Prof. Orientadora: Gabriela Messias da Silva

---

Prof. Orientadora: Luciana F. Steinle

---

Prof. Avaliador: Marcus Vinicius Rios

Dedicamos esta obra aos nossos familiares, Amigos, Professores e a todos aqueles que nos ajudaram de alguma forma para conclusão deste curso.

## **AGRADECIMENTO**

A Deus por todos os dias ter nos sustentados e acima de tudo deixarmos viver para alcançar mais um objetivo com êxito.

Aos professores, nossos orientadores, pela paciência e humildade que no dia a dia foi conquistando e mostrando que é um profissional de excelência, declaramos aqui os nossos votos de sucesso e que Deus o Abençoe.

A Etec Profª Anna Oliveira Ferraz por ter uma grande e ampla gama de cursos a apresentar para Araraquara.

Aos colegas de classe, pela convivência.

Aos familiares pelo incentivo.

Um ladrão rouba um tesouro, mas não furta a inteligência. Uma crise destrói uma herança, mas não uma profissão. Não importa se você não tem dinheiro, você é uma pessoa rica, pois possui o maior de todos os capitais; a sua inteligência. Invista nela. Estude!

AUGUSTO CURY

## RESUMO

Os centros de distribuição são fundamentais no sistema de logística de uma empresa, pois vai muito mais além do que apenas realizar um transporte de um local, ou de uma cidade para outra. Mas quando se fala de distribuição se imagina que só esta relacionada a transporte de mercadorias, sendo assim, distribuição física é o ramo da logística empresarial que trata da movimentação, estocagem e demais serviços internos, pois é uns dos setores mais complexos e um dos mais ligados diretamente à satisfação do cliente, tudo começa desde a distribuição de matéria prima de setores primários da indústria como insumos para a produção e transformação, como a trasladação de um setor a outro, interno ou externamente, de um determinado tipo de produto até a distribuição do cliente final. O processo da logística deve preocupar-se em garantir a disponibilidade dos produtos desejados pelos clientes conforme a demanda, garantindo a entrega no momento certo, na hora certa e com menor custo possível.

**Palavras-chave:** Logística. Distribuição. Canais. Movimentação.

## **ABSTRACT**

Distribution centers are fundamental in the logistics system of a company as it goes much further than just carry out a transport from one location or from one city to another. But when distribution speaks to imagine that just is related to freight, thus, physical distribution is the branch of logistics business which deals with the handling, storage and other internal services, it is one of the most complex and one of the sectors directly linked to customer satisfaction, it all starts from the distribution of raw materials of primary industry sectors as inputs for the production and processing, such as the transferral from one sector to another, internal or external, of a particular type of product to distribution the end customer. The logistics process should be concerned to ensure the availability of products desired by customers on demand, ensuring delivery at the right time at the right time and at lower cost.

**Keywords:** Logistics. Distribution. Channels. Drive.

## Lista de Figuras

<b>Figura 1 - Verticais .....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 2 - Híbrido .....</b>	<b>30</b>
<b>Figura 3 - Múltiplos .....</b>	<b>31</b>
<b>Figura 4 - Intermediários.....</b>	<b>33</b>
<b>Figura 5 - Correios.....</b>	<b>41</b>

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	122
1. A HISTÓRIA DA LOGÍSTICA E SUA DISTRIBUIÇÃO .....	133
2. O QUE É LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO? DEFINIÇÃO .....	14
3. A RELAÇÃO DA LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO COM OUTROS SETORES DA ECONOMIA. ....	166
3.1 Distribuições de Saneamento Básico no Brasil (visão geral) .....	166
3.2 Distribuições de Energia Elétrica no Brasil (Conceito Geral) .....	17
3.3 Distribuições da Malha Viária no Brasil (Definição Geral) .....	18
3.4 Rodovias Predominam no Transporte de Cargas. ....	18
3.5 Distribuições da Malha Ferroviária.....	19
3.6 As Hidrovias na Região Norte.....	19
3.7 Portos Secos .....	19
3.8 Transportes Aéreos na Região Sudeste .....	19
4. PROCESSOS DE DISTRIBUIÇÃO .....	21
4.1 Movimentações na linha de produção .....	21
4.2 Expedição .....	22
4.3 Gestões de Estoques.....	23
4.4 Gestão de Transportes .....	233
4.5 Logísticas Reversas (Reciclagem e Devolução) .....	244
5. OBJETIVOS DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO .....	25
6. ATIVIDADES QUE INTEGRAM .....	26
7. SISTEMAS DE DISTRIBUIÇÃO .....	27
7.1 Canais Verticais .....	28
7.2 Canais Híbridos.....	29
7.3 Canais Múltiplos.....	30
8. INTERMEDIARIOS. ....	32
8.1 Importâncias dos Intermediários.....	333
9. FUNÇÕES DO CANAL DE DISTRIBUIÇÃO .....	344
10.DECISÕES DE PROJETO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO.....	35
11.GESTÕES DAS RELAÇÕES NO CANAL DE DISTRIBUIÇÃO .....	366
11.1 Conflitos no Canal .....	366
11.2 Poder no canal .....	37
11.3 Fontes de Poder no canal .....	37
11.4 Liderança do Canal .....	38
11.5 Construindo a Confiança no Canal .....	38
12. TERCEIRIZAÇÃO DA LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO .....	39
13. ESTUDO DE CASO : OS CORREIOS.....	41
13.1 Historia.....	41
13.2 Períodos Imperiais.....	43

<b>13.3 Correios na República Velha.....</b>	<b>44</b>
<b>13.4 Períodos do ECT. ....</b>	<b>45</b>
<b>14 SISTEMAS DE DISTRIBUIÇÃO DOS CORREIOS.....</b>	<b>47</b>
<b>14.1 Sedex.....</b>	<b>49</b>
<b>14.2 PAC (Pratico - Acessível - Confiável).....</b>	<b>50</b>
<b>15 LOGISTICA REVERSA.....</b>	<b>51</b>
<b>16 UNIÃO POSTAL.....</b>	<b>52</b>
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>53</b>
<b>REFERÊNCIAS: .....</b>	<b>54</b>

## INTRODUÇÃO

É o processo de gerenciar estrategicamente a aquisição, movimentação e armazenagem de materiais, peças e produtos semi - acabados e acabados, bem como o fluxo de informações envolvido.

É uma palavra que entre os gregos significava a arte de calcular. Já para as estratégias do exército era a parte militar relativa ao transporte e suprimentos das tropas em operações.

Pode ser entendida também como o processo de gerenciar estrategicamente a aquisição, movimentação e armazenamento de materiais, peças e produtos semi-acabados, bem como o fluxo de informações correlatas através da organização e seus canais de marketing, de modo a poder maximizar as lucratividades presente e futura através do atendimento dos pedidos a um justo.

É o processo de elaboração, implementação e controle de um plano que serve para maximizar da produção ao consumo, enfrentando custos.

Envolve a eficácia do fluxo e da gestão de pessoas, matérias primas e informações, sempre em conformidade com as exigências dos clientes.

A logística proporciona a integração dos diversos processos e organizações, desde o usuário final até os fornecedores originais, que proporcionam os produtos, serviços e informações e agregam valor para o cliente.

# 1 A HISTÓRIA DA LOGÍSTICA E SUA DISTRIBUIÇÃO

A Logística existe desde os tempos mais antigos. Na preparação das guerras, líderes militares desde os tempos bíblicos, já se utilizavam à logística. As guerras eram longas e nem sempre ocorriam próximo de onde estavam as pessoas. Por isso, eram necessários grandes deslocamentos de um lugar para o outro, além de exigir que as tropas carregassem tudo o que iriam necessitar.

Para fazer chegar carros de guerra, grandes grupos de soldados e transportar armazenamentos pesados aos locais de combate eram necessários uma organização logística da mais fantástica. Envolve a preparação dos soldados, o transporte, a armazenagem e a distribuição de alimentos, munição e armas, entre outras atividades.

Durante muitos séculos, a Logística esteve associada apenas à atividade militar.

Por Ocasão da Segunda Guerra Mundial, contando com a tecnologia mais avançada, a logística acabou por abranger outros ramos da administração militar. Assim, a ela foram incorporados os civis, transferindo a eles os conhecimentos e a experiência militar. Podem ser citadas as atividades abaixo, como exemplos dessas demandas:

- Produção, aquisição, transporte, distribuição de armamentos e equipamentos militares;
- Transporte e distribuição de munição;
- Fornecimento de peças de reposição de veículos e carros de combate;
- Prestação de serviço de manutenção especializada por equipes de
- Moto-mecanização e engenharia;

Entre outros.

Com o decorrer dos anos, esses conceitos migraram para o ambiente empresarial, ganharam vulto e sua importância vem crescendo e fazendo parte da rotina das empresas de sucesso do mundo globalizado.

Podemos dizer que a logística trata do planejamento, organização, controle e realização de outras tarefas associadas à armazenagem, transporte e distribuição de bens e serviços.

## 2 O QUE É LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO? DEFINIÇÃO

Quando se fala em logística de distribuição logo imaginamos que se refere somente ao transporte de mercadorias, porém a distribuição logística vai muito mais além de apenas transportar de um local à outro.

Digamos que a distribuição logística modesta parte é um dos setores mais complexos e um dos mais ligados diretamente à satisfação do cliente, porém esse trâmite todo começa desde a distribuição de matéria prima de setores primários da indústria como insumos para a produção e transformação, como a trasladação de um setor a outro, interno ou externamente, de um determinado tipo de produto até a distribuição do cliente final.

Cada etapa da distribuição é importante para o bom desempenho da indústria, pois ela vai garantir que o produto chegue em perfeito estado, no tempo certo e no local certo.

E foi pensando nesse parâmetro de garantir satisfação do cliente que as grandes organizações têm como desafio constante a busca de processos de aperfeiçoamento, reduzindo a distância entre o processo produtivo e o consumidor final, pois para que isso aconteça é necessário que se conheça os agentes envolvidos no processo que formam a cadeia de distribuição.

Os principais elementos desse processo da cadeia de distribuição são:

**Fornecedor:** é o que vai garantir a matéria prima para o processo da transformação;

**Produtor:** é o responsável por transformar a matéria prima no produto final;

**Consumidor:** é o que vai garantir o sucesso de toda a cadeia de distribuição, pois é a partir dele que se obtêm resultados de todo o sistema logístico.

Em suma, a Logística de Distribuição é o processo chave para o bom desempenho de outros processos logísticos e principalmente a responsável pela fidelização do cliente, pois o cliente está cada vez mais exigindo elevados níveis de desempenho, desejando ter sua entrega com agilidade, rapidez, segurança e menor custo possível, não tolerando esperar por respostas ineficientes.

Sendo assim, consegue-se identificar as exigências do segmento possibilitando a reestruturação do processo de logística de distribuição, que seja flexível e dinâmico, objetivando sempre a criação de valor para o cliente, criando

uma parceria sintonizada com o que há de mais moderno das exigências em termos de competição mercadológica.

## **3 A RELAÇÃO DA LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO COM OUTROS SETORES DA ECONOMIA**

### **3.1 Distribuições de saneamento básico no Brasil (visão geral)**

Quando falamos em saneamento de água e esgotos logo nos lembramos da água que sai de nossas torneiras, mas esse processo complexo de distribuição vai muito além do banho que tomamos ou dos dejetos despejados nos esgotos.

Mas o que vem a ser saneamento básico?

É o conjunto de medidas adotadas em determinadas regiões, para garantir a qualidade de vida de seus habitantes e impedir que fatores físicos de efeitos nocivos possam prejudicar o bem estar da população.

Cabe aos governantes tomarem as medidas para educar e conscientizar a população na conservação ambiental tais como: evitar consumo desnecessário e abusivo de água potável, evitar jogar objetos que possam entupir as calhas de coleta de água pluvial, evitar jogar lixo em terreno baldio.

Um dos grandes desafios em determinadas regiões e/ou de determinados centros urbanos é a devida manutenção da distribuição de saneamento básico e alguns descuidos com a higiene pode acarretar em disseminação de doenças graves relacionadas à falta de infraestrutura para o controle de pragas e epidemias.

A maioria das epidemias urbanas poderia ser radicada se houvesse a devida manutenção e distribuição do saneamento básico, porém o crucial é que em muitos centros urbanos ainda há muitos, principalmente nas periferias das grandes cidades, que não tem acesso a um banheiro.

Isso tem impacto direto na saúde da população geral, gerando custos altos com campanhas de controle de pragas e epidemias. Segundo o Sistema Nacional de Informação Sobre Saneamento (2010), divulgado em Junho de 2012, a distribuição de água potável (própria para consumo) chega à 81,1% da população, e a coleta de esgotos chega à 46,2% dos brasileiros.

Sendo assim as medidas adotadas como prevenção que visam o bem estar e a saúde da população são:

- Abastecimento de água;
- Manutenção do sistema de esgotos;
- Coleta, remoção e destinação final do lixo e entulhos;
- Drenagem de águas pluviais;
- Controle de insetos e roedores;
- Saneamento dos alimentos;
- Controle de queimadas e da poluição ambiental;
- Saneamento da habitação, dos locais de trabalho e de recreação;
- Saneamento aplicado ao planejamento territorial.

### **3.2 Distribuições de energia elétrica no Brasil (conceito geral)**

O conceito geral de distribuição de energia elétrica no Brasil pode ser entendido como o segmento do setor elétrico dedicado à entrega de energia elétrica ao usuário final.

*"... Como regra geral, o sistema de distribuição pode ser considerado como um conjunto de instalações e equipamentos elétricos que operam, geralmente, em tensões inferiores a 230kv, incluindo os sistemas de baixa tensão." site ANEEL*

Em parceria com a ANEEL e as distribuidoras já existentes o Brasil ainda possui 63 concessionárias, que operam trabalhando com fontes de energia alternativas e renováveis (eólica, solar, biomassa, hidráulica e cogeração qualificada).

"... além de um conjunto de permissionárias (cooperativas de eletrificação rural que passaram pelo processo de enquadramento como permissionária do serviço público de distribuição de energia elétrica)."

Como todo setor da distribuição logística, o fornecimento de energia elétrica passa por rigorosos procedimentos avaliativos na qualidade do serviço e do produto oferecido aos consumidores finais, que compreende a avaliação das interrupções (reprogramadas ou não) no fornecimento de energia elétrica.

### **3.3 Distribuições da malha viária no Brasil (definição geral)**

Não tem como falarmos de Logística de Distribuição sem falar da distribuição da malha viária no Brasil. Apesar da dimensão territorial ser de grandes proporções, a nossa malha viária está muito mal distribuída, concentrando-se na maior parte nas regiões Sudeste e Sul do país e não raro nos deparamos com frequência na má conservação de vias de acesso (rodovias, estradas rurais, vicinais, ferrovias e hidrovias ).

Apesar dessa distribuição desigual percebe-se que o modal mais utilizado é o rodoviário. Só não predominando na região Amazônica, onde o transporte é feito por vias fluviais devido à sua densa rede hidrográficas naturais. Em contra balanço a distribuição de ferrovias e hidrovias de reduzidas tem seus potenciais poucos explorados.

### **3.4 Rodovias predominam no transporte de cargas.**

A distribuição das rodovias está concentrada predominantemente nas regiões Sudeste e Sul do país, porém o único estado do Brasil que foi capaz de conjugar todas as vias de transporte (rodovias, ferrovias e hidrovias) é o estado de São Paulo e essa infraestrutura conseguiu conectar as cidades do interior com a capital.

### **3.5 Distribuições da malha ferroviária**

As ferrovias do Brasil acompanharam a expansão da produção cafeeira nos séculos XIX até o início do século XX. Atualmente esse tipo de transporte é mais utilizado na distribuição de commodities.

### **3.6 As Hidrovias na região norte**

A predominância da distribuição logística de transporte na região Norte em especial na Amazônia são as hidrovias que também são muito utilizadas para o transporte de commodities incluindo petróleo e derivados.

Apesar de a região Norte ter densidade hidrográfica maior podem considerar outras grandes vias hidrográficas na região Sudeste-Sul (Tietê-Paraná e Paraguai).

### **3.7 Portos secos**

Também conhecidos como estações aduaneiras de interior, são estações instaladas próximas às áreas de expressiva produção e consumo e contribuem para agilizar as operações de exportação e importação de mercadorias.

### **3.8 Transportes aéreos na região sudeste**

São Paulo e Rio de Janeiro são os estados que mais concentram movimentação de cargas por vias aéreas, porém, por causa do elevado custo,

cargas de alto valor ou perecibilidade e que exigem maior rapidez e segurança no traslado esse modal no Brasil é utilizado em poucos trajetos.

## 4 PROCESSOS DE DISTRIBUIÇÃO

A Distribuição é dividida em outros sub processos, os quais são:

- Movimentação da Linha de produção
- Expedição;
- Gestão de estoques;
- Gestão de transportes;
- Logística reversa (reciclagem e devolução);
- Logística de transportes agrários.

### 4.1 Movimentações na linha de produção

São consideradas movimentações internas todo o tipo de movimento de produto efetuado internamente no estoque da empresa, seja para qualquer finalidade: retirada de material do armazém para enviar à linha de produção, retirada de material para consumo próprio, devoluções decorrentes de transferências entre armazéns, etc.

As movimentações internas podem ser geradas:

**Manualmente:** Inserida através da rotina de Internos para registrar produção, requisições e eventuais devoluções.

**Automaticamente:** Uma movimentação é gerada automaticamente decorrente de processos tais como: inclusão de ordem de produção, transferências de material efetuadas através da rotina de Transferência ou estorno da própria movimentação interna.

A movimentação de material interno tem como objetivo a reposição de matérias-primas nas linhas ou células de produção de uma fábrica, bem como transportar o material em processamento, quando este processamento implica a realização de operações que são desempenhadas em postos de trabalho diferentes,

a movimentação do material pode ser pensada como tendo cinco dimensões distintas: movimento, quantidade, tempo, espaço e controlo. O movimento envolve a eficiência do transporte do material durante a sua transformação. Interessa movimenta-lo o mais rápido possível, com segurança e integridade, pois a movimentação rápida pode ser um aspecto importante na redução de custos. A ineficiência dos equipamentos na movimentação de materiais pode acarretar altos custos para a empresa. A eficiência da movimentação do material encontra-se relacionada com a quantidade exata a ser transportada pelos equipamentos.

## **4.2 Expedição**

A expedição é uma atividade de armazém que se realiza depois de a mercadoria ser devidamente embalada e inclui as seguintes tarefas: Verificar se aquilo que o cliente pediu está pronto para ser expedido; Preparar os documentos da remessa (informação relativa aos artigos embalados, local para onde vão ser enviados); Pesagem, para determinar os custos de envio da mercadoria; Juntar as encomendas (Carregar os caminhões). A expedição pode ser também definida como uma conduta por onde passa o artigo de maior valor nas instalações. Este artigo não é o produto final, mas sim o produto vendido. O objetivo das instalações é produzir um determinado bem ou serviço. Quando este atinge o estado final (acabado ou vendido), a expedição realiza então as operações finais. Os problemas que surgem na expedição podem variar desde o mau funcionamento, danificação de produtos prontos a serem expedidos e a expedição de quantidades erradas, todos resultando numa má imagem da empresa. Assim, é importante que a expedição seja uma atividade bem planeada e funcional.

O setor de expedição é responsável pela liberação de produtos e documentações a terceiros. Se a empresa tiver entrega própria, deverá ter também um departamento de logística trabalhando junto.

### **4.3 Gestões de estoques**

É a atividade da empresa que consiste em armazenar matérias primas e insumos diversos, abastecer as linhas de produção, controlar o consumo e alimentar de informações todos os setores de produtivos, de vendas, de compras e administrativos, quanto aos estoques disponíveis todo tipo de material consumido na empresa. A administração de estoques na empresa é composta de uma cadeia de suprimento, normalmente definidas como o conjunto de transações de produtos e informações entre si ao longo do processo produtivo com fornecedores e compradores de todo tipo de necessidades ligadas à produção.

### **4.4 Gestões de transportes**

O transporte é uma das principais funções logísticas. Além de representar a maior parcela dos custos logísticos na maioria das organizações, tem papel fundamental no desempenho de diversas dimensões do Serviço ao Cliente. Do ponto de vista de custos, representa, em média, cerca de 60% das despesas logísticas.

As principais funções do transporte na Logística estão ligadas basicamente às dimensões de tempo e utilidade de lugar. Desde os primórdios o transporte de mercadorias tem sido utilizado para disponibilizar produtos onde existe demanda potencial, dentro do prazo adequado às necessidades do comprador. Mesmo com o avanço de tecnologias que permitem a troca de informações em tempo real, o transporte continua sendo fundamental para que seja atingido o objetivo logístico, que é o produto certo, na quantidade certa, na hora certa, no lugar certo ao menor custo possível.

#### **4.5 Logísticas reversas (reciclagem e devolução)**

Processo do planejamento, implementação e controle da eficiência e custo do fluxo de matérias-primas, estoques em processo, produtos acabados e as informações correlacionadas do ponto do consumo ao ponto de origem com o propósito de recapturar valor ou para uma disposição apropriada”.

As atividades de logística reversa variam desde a simples revenda de um produto até processos que abrangem inúmeras etapas como: coleta, inspeção, separação, levando a uma remanufatura ou reciclagem. A logística reversa envolve todas as operações relacionadas à reutilização de produtos e materiais, na busca de uma recuperação sustentável. Como procedimento logístico, trata-se também do fluxo de materiais que retornam por algum motivo. (Devolução de clientes retorna de embalagens, retorno de produtos e/ou materiais para atender à legislação etc. A logística reversa não trata apenas do fluxo físico de produtos, mas também de todas as informações envolvidas nesse processo).

## 5 OBJETIVOS DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Fatores gerais presentes na maioria dos canais de distribuição podem ser elencados abaixo:

- Garantir rápida disponibilidade do produto nos segmentos do mercado identificados como prioritários. Uma vez identificados os tipos de varejo adequados para o produto, garantir que o sistema de distribuição físico mais apropriado seja selecionado para atingir tal objetivo;

- Intensificar ao máximo o potencial de vendas do produto em questão, por exemplo, buscar as parcerias entre fabricante e varejista que permitam a exposição mais adequada do produto nas lojas;

- Buscar cooperação entre os participantes da cadeia de suprimento no que refere aos fatores relevantes relacionados com a distribuição. Por exemplo definir lotes mínimos de pedido;

- Garantir o nível de serviço preestabelecido pelos parceiros da cadeia de suprimento;

- Garantir um fluxo de informações rápido e preciso entre os elementos participantes.

- Buscar de forma integrada e permanente, a redução de custos, atuando não isoladamente, mas em uníssono, analisando a cadeia de valor no seu todo. Na visão atual do Gerenciamento da Cadeia de Suprimento, os canais de distribuição desempenham quatro funções básicas:

- Indução da demanda
- Satisfação da demanda
- Serviços de pós-vendas
- Troca de Informações

## 6 ATIVIDADES QUE INTEGRAM

**Atividades primárias:** As atividades primárias são primordiais para atingir os objetivos logísticos de custo e nível de serviços, já que, ou elas contribuem com a maior parcela do custo total da logística, ou elas são essenciais para a coordenação e o cumprimento da tarefa logística.

**Transportes:** atividade muito importante, pois absorve de um a dois terços dos custos logísticos. É essencial, pois nenhuma firma moderna pode operar sem providenciar a movimentação de suas matérias-primas ou de seus produtos acabados de alguma forma. Adiciona valor de lugar ao produto.

**Manutenção de Estoques:** para se atingir um grau razoável de disponibilidade de produto, é necessário manter estoques, que agem como reguladores entre a oferta e a demanda. Responsável por, aproximadamente, um a dois terços dos custos logísticos. Agrega valor de tempo ao produto.

**Processamento de Pedidos:** sua importância deriva do fato de ser um elemento crítico em termos de tempo necessário para levar bens e serviços ao cliente. **Atividades de apoio:** Apesar de transportes, manutenção de estoques e processamento de pedidos serem os principais elementos que contribuem para a disponibilidade e a condição física de bens e serviços, há uma série de atividades adicionais que apoiam estas atividades primárias. Elas são: **Armazenagem:** refere-se à administração do espaço necessário para manter estoques. Envolve problemas como: Localização, Dimensionamento da área, Arranjo físico, Configuração do armazém.

**Manuseio de materiais:** está associada com a armazenagem e também apoia a manutenção de estoques. Está relacionada à movimentação do produto no local de estocagem. **Embalagem de proteção:** seu objetivo é movimentar bens sem danificá-los além do economicamente razoável. **Obtenção:** é a atividade que deixa o produto disponível para o sistema logístico. Trata da seleção das fontes de suprimento, das quantidades a serem adquiridas, da programação de compras e da forma pela qual o produto é comprado. Não deve ser confundida com a função de compras, pois esta envolve detalhes de procedimento, tais como a negociação de preços e avaliação de vendedores, que não são relacionados com a tarefa logística.

Programação do produto: enquanto a obtenção trata do suprimento (fluxo de entrada), a programação do produto lida com a distribuição (fluxo de saída). Refere-se, primariamente, às quantidades agregadas que devem ser produzidas, quando e onde devem ser fabricadas. Manutenção de informação: nenhuma função logística dentro de uma firma poderia operar eficientemente sem as necessárias informações de custo e desempenho. Manter uma base de dados com informações importantes – por exemplo: localização dos clientes, volumes de vendas, padrões de entregas e níveis de estoques – apoia a administração eficiente e efetiva das atividades primárias e de apoio.

## 7 SISTEMAS DE DISTRIBUIÇÃO

### **Direta:**

Nesse tipo de distribuição a empresa não usa intermediários, pois ela vende seus produtos diretamente aos consumidores finais. Ou seja, o produtor tem o controle total das atividades mercadológicas até o recebimento dos produtos pelos consumidores finais. Os principais sistemas de distribuição direta são o sistema de venda porta-a-porta e a venda através de catálogo.

### **Exclusiva:**

Nesse sistema a empresa utiliza um ou poucos intermediários exclusivos a fim de atender a segmentos específicos do mercado consumidor. Os intermediários podem ser representantes comerciais – que levam o produto aos pontos do varejo – ou redes de lojas, as quais tenham a exclusividade na distribuição do produto.

### **Intensiva:**

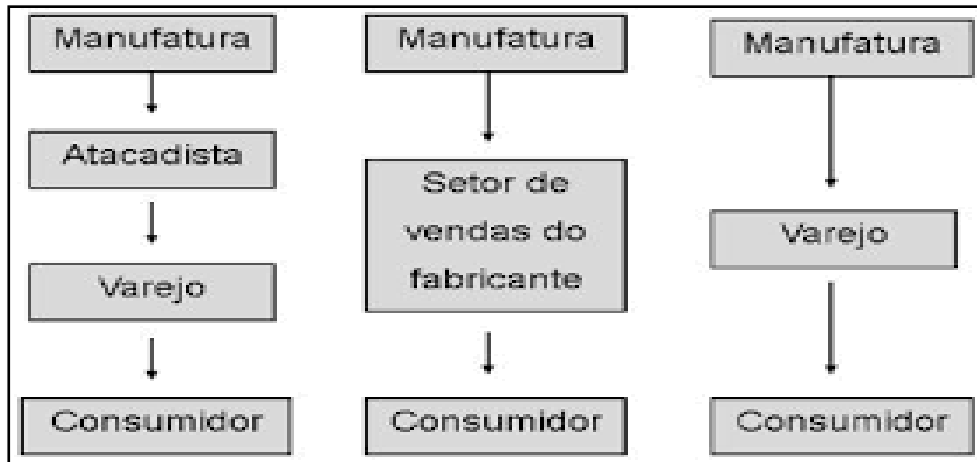
Visa colocar o produto no maior número possível de pontos de venda e é adequado para produtos de alto consumo, de compra frequente e preços unitários relativamente baixos. Disponibilizar o produto onde os consumidores esperam encontrá-lo é fundamental para bens de conveniência, pois é muito comum o consumidor trocar de marca caso não encontre aquela marca desejada.

### **7.1 Canais verticais**

Em fase inicial, os canais de distribuição eram tradicionalmente vistos como estruturas mercadológicas verticais, aonde a responsabilidade ia sendo transferida de um segmento da cadeia de suprimento para a seguinte, como um bastão é passado numa corrida de revezamento. Nesse tipo de estrutura vertical, os

demais elementos da cadeia de suprimento, além do varejista, desempenham papéis de apoio, atuando nos bastidores do processo.

**Figura 1-Verticais**



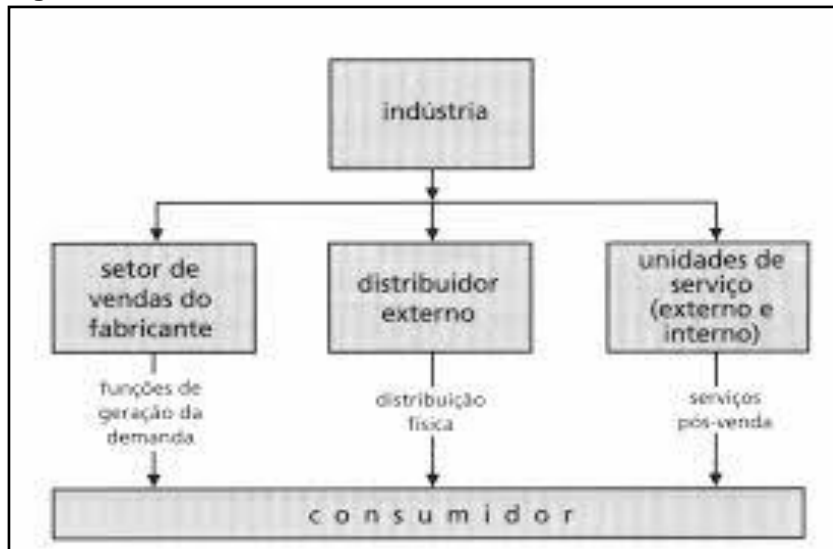
Fonte: Slideplaer.com.br

## 7.2 Canais híbridos

Neste tipo de estrutura, uma parte das funções ao longo do canal é executada em paralelo por dois ou mais elementos da cadeia de suprimento, quebrando o esquema vertical rígido descrito anteriormente. Por exemplo, uma empresa fabricante contata diretamente os clientes e negocia a venda de seus produtos.

Quando a transação é consumada, a indústria entrega a seu cliente uma lista com seus distribuidores autorizados. O distribuidor escolhido se encarrega, por sua vez, da distribuição física dos produtos adquiridos, formalização do pedido, armazenagem, e entrega de lotes ao cliente no tempo certo e quantidades desejadas.

Figura 2-Híbrido



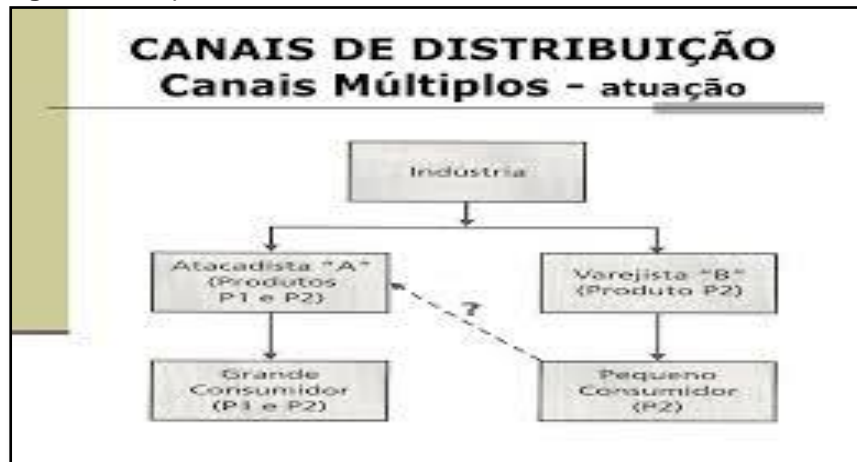
Fonte: slideshare.net

### 7.3 Canais múltiplos

Outra forma de melhorar o desempenho no gerenciamento da cadeia de suprimento é utilizar mais de um canal de distribuição. Isso ocorre em função da diversidade de tipos de consumidor. Por exemplo, o comprador em potencial de um microcomputador pode adquiri-lo por telefone ou pela Internet, a partir de uma lista publicada numa revista de informática, ou poderá se dirigir a uma loja especializada, que lhe pedirá um preço um pouco mais alto, mas onde poderá conseguir informações mais detalhadas e atendimento personalizado. Assim, o consumidor que já tem um conhecimento mais aprofundado do produto, de seus possíveis usos e eventuais problemas, sendo ao mesmo tempo mais sensível ao preço, poderá ser atraído a fazer sua compra através da lista. Já outro comprador, que não acompanha de perto as evoluções tecnológicas dos produtos de computação, pode necessitar de um maior volume de informações para escolha da marca, do tipo e da versão da mercadoria procurada.

Esse tipo de estruturação dos canais de distribuição melhora as condições globais de competitividade da cadeia

Figura 3-Múltiplos



Fonte: Slideplayer.com. br

## 8 INTERMEDIARIOS

Relacionam-se abaixo, alguns exemplos dos principais intermediários atuantes em um canal de distribuição:

**Varejista:** tipo de intermediário cujo principal objetivo é realizar a venda de bens e/ou serviços diretamente ao cliente final. Ex.: Supermercado, papelaria, farmácia, bazar, loja de calçados, etc.

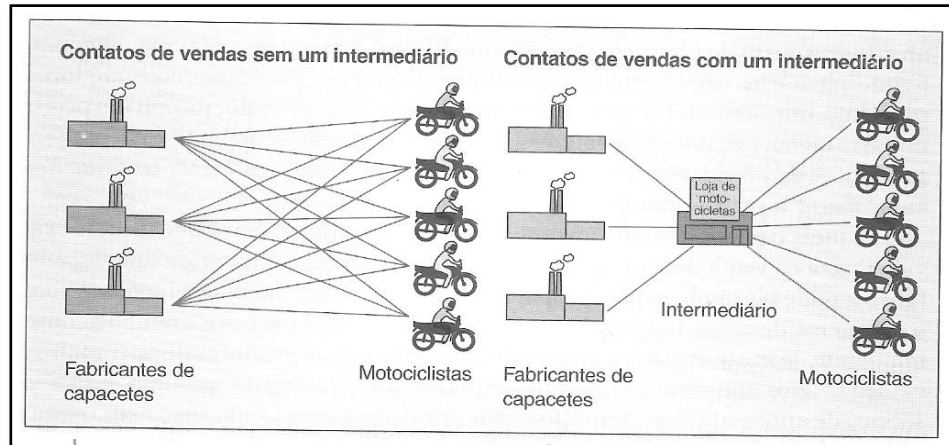
**Atacadista:** intermediário que compra e revende mercadorias para os varejistas e a outros comerciantes e/ou para estabelecimentos industriais, institucionais e usuários comerciantes, mas que não vende em pequenas quantidades para clientes finais. Ex.: Martins, Atacadão

**Distribuidor:** geralmente, esse termo é confundido com o Atacadista. Porém, para bens industriais, o mesmo agrega, além da venda, armazenagem e assistência técnica dentro de uma área geográfica delimitada de atuação, ou seja, busca atender demandas mais regionalizadas. Ex.: Distribuidor de tratores e implementos agrícolas para a região de Campinas (em uma determinada região).

**Agentes (relações de longo prazo) e Corretores (relações de curto prazo):** pessoas jurídicas comissionadas que vendem uma linha de produtos de uma empresa sob relação contratuais. Podem trabalhar com exclusividade apenas os produtos de uma única empresa (agentes exclusivos) ou trabalham com produtos similares de empresas diferentes (agentes não exclusivos). Ex: Representantes de vendas, Broker (vide texto específico), corretores imobiliário, de seguros, etc.

## 8.1 Importâncias dos intermediários.

**Figura 4-Intermediários**



**Fonte:** Slideplayer.com.br

Pode-se identificar diversos aspectos que justificam a importância dos intermediários no Canal de distribuição, dentre esses destacam-se:

- a) aumento da eficiência do processo de distribuição, pois não seria eficiente para um fabricante ou produtor buscar atender clientes individualmente;
- b) transformação das transações em processos repetitivos e rotineiros, simplificando atividades e os processos de pedido, pagamento, etc;
- d) facilitação do processo de busca de produtos, ampliando o acesso dos clientes a uma gama maior de produtos.

## 9 FUNÇÕES DO CANAL DE DISTRIBUIÇÃO

As funções objetivam tornar o canal de distribuição mais efetivo (eficiente e eficaz), podendo ser divididas em três categorias: transacionais logísticas e de facilitação:

**Transacionais:** compreendem a compra, a venda dos produtos, bem como assumir os riscos comerciais envolvidos no processo;

**Facilitação:** relacionam-se com o financiamento de crédito, o controle de produtos (inspecionar e classificar produtos), bem como a coleta de informações de marketing, tornando mais fáceis os processos de compra e venda. Produtores e intermediários podem trabalhar juntos para criar valor para seus clientes por meio de previsões de vendas, análises competitivas e relatórios sobre as condições do mercado, focando atingir as reais necessidades dos clientes;

**Logísticas:** envolvem a movimentação e a combinação de produtos em quantidades que os tornem fáceis de comprar.

## 10 DECISÕES DE PROJETO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Para se projetar um canal de distribuição é necessário avaliar alguns atributos:

Avaliar claramente os mercados (reais e potenciais) a serem trabalhados.

Determinar as características dos clientes (segmentação), em termos de números de clientes, dispersão geográfica, frequência de compra, etc.

Determinar as características dos produtos quanto à perecibilidade, dimensões, grau de padronização e necessidades dos clientes.

Determinar as características dos intermediários, quanto ao tipo de transporte, sistema de equipamentos e armazenagem utilizado, sistemas de TI, etc.

Diagnosticar as características ambientais quanto às condições locais, legislação, etc.

Avaliar as características das empresas envolvidas quanto solidez financeira, composto de produtos (bens e serviços), nível de serviço, estratégias de marketing, etc.

## 11 GESTÕES DAS RELAÇÕES NO CANAL DE DISTRIBUIÇÃO

### 11.1 Conflitos no canal

Conflito é um fenômeno que resulta da natureza social dos relacionamentos. Especificamente, no caso dos canais de distribuição, o conflito surge quando um membro do canal crê que outro membro esteja impedindo a realização de seus objetivos específicos. Diversos fatores podem favorecer o surgimento de conflito entre os membros do canal:

- Incongruência de papéis entre os membros;
- Escassez de recursos e discordância na sua alocação; Diferenças de percepção e interpretação dos estímulos ambientais;
- Diferenças de expectativas em relação ao comportamento esperado dos outros membros;
- Discordância no domínio da decisão;
- Incompatibilidade de metas específicas dos membros;

#### **Dificuldades de comunicação**

*Há três principais tipos de conflitos que podem ocorrer nos canal de distribuição:*

**O conflito vertical** – tipo de conflito que ocorre entre membros de diferentes níveis no canal. Ex.: Fabricantes versus Atacadistas ou Varejistas. Quando um fabricante vende seus produtos diretamente aos clientes via internet, poderá gerar algum tipo de conflito vertical entre esse e seus varejistas.

**O conflito horizontal** - conflito que envolve divergências entre membros do mesmo nível no canal, como Atacadistas versus Atacadistas ou franqueados (lojas) pertencentes a certa franquias competindo em uma mesma região. Esses conflitos podem ocorrer, devido às diferenças quanto aos limites de território ou em termos dos preços praticados.

**Conflito multicanal** – é o conflito que surge quando um fabricante utiliza dois ou mais canais simultâneos que vendem para o mesmo mercado. Ex. loja virtual versus loja física ou uso de representantes.

## 11.2 Poder no canal

Poder é a capacidade que um dos membros do canal tem de influenciar as variáveis do mix mercadológico de outro membro. Nesse sentido, o membro que exerce Poder está interferindo ou até modificando os objetivos mercadológicos do outro membro. De uma forma mais geral, conceito de Poder está associado à capacidade de um membro particular do canal de controlar ou influenciar o comportamento de outro(s) membro(s) do canal.

## 11.3 Fontes de Poder no canal

Em geral, existem cinco tipos de fontes de poder que são exercidos no canal:

**Recompensa:** é a capacidade de um agente recompensar outro quando esse último conforma-se à influência do primeiro. A recompensa, normalmente está associada com fontes econômicas.

**Coerção:** é o oposto do Poder de recompensa, onde o exercício do Poder está associado à expectativa de um dos agentes em relação à capacidade de retaliação do outro, caso esse não se submeta às tentativas de influência do primeiro.

**Legítimo:** deriva de normas internalizadas em um membro (contrato) e que estabelecem que outro membro tem o direito de influenciá-lo, existindo a obrigação de aceitar essa influência.

**Informacional:** origina-se pela posse de um membro de informações valorizadas por outros membros do canal.

**Experiência:** deriva do conhecimento (*know-how*) que um membro detem em relação a outro membro.

#### **11.4 Lideranças do canal**

Quando os conflitos se reduzem e há um aumento de cooperação entre os membros do canal, essas características podem resultar no surgimento de membros que, devido a fatores como, alto poder de barganha, poder legítimo, poder de informação, tornam-se líderes do canal. Por outro lado, alguns autores identificaram um padrão consistente de condições que determinam o surgimento de uma liderança no canal: o líder do canal tende emergir quando o canal de distribuição enfrenta ambientes ameaçadores, aqueles onde a demanda é declinante, a concorrência aumenta e a incerteza é elevada.

#### **11.5 Construindo a confiança no canal**

Muitos canais estão rumando para a construção da confiança mútua como base para o sucesso das relações entre os membros do canal. Geralmente essa confiança requer que esses membros reconheçam sua interdependência e saibam compartilhar processos e informações.

## 12 TERCEIRIZAÇÃO DA LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO

*“As atividades de distribuição, que ocorrem após a produção são as áreas de negócios infelizmente mais desprezadas e mais promissoras na América”.*

A frase acima, de Peter Drucker, retrata bem a importância dada pelas empresas em geral ao processo de distribuição. Terceirização da logística de distribuição é o processo de gestão pelo qual se repassam as atividades de distribuição para empresas especializadas, com os quais se estabelece – obrigatoriamente – uma relação de parceria.

Muito ouvimos de operadores logísticos, que o objetivo da terceirização das atividades de logística e transportes é que a empresa possa ficar concentrada apenas em tarefas essencialmente ligadas a atividade fim ao negócio em que atua. Na verdade, isso é apenas um dos benefícios da terceirização. A atividade fim de qualquer empresa é o lucro, pois sem este não existe empresa. Para tanto não basta apenas terceirizar, se essa terceirização não gerar redução de custos e/ou agregar valor ao produto da empresa contratante.

Algumas vantagens da terceirização:

- Gera a desburocratização, simplificando as atividades logísticas;
- Alivia a estrutura organizacional;
- Melhora a qualidade dos serviços, como tempo de entrega, redução de avarias, segurança da carga;
- Gera a economia de recursos: Humanos, materiais, econômicos e financeiros.

A terceirização vem a ser um casamento entre a empresa fornecedora do serviço e a empresa que a contrata, sendo que esta união só irá se concretizar se ambos entenderem que as duas empresas precisam de lucro e que o objetivo principal é o de atender e satisfazer o cliente final. De nada adianta concretizar um negócio por um “preço recorde” em que o

prestador não consiga contemplar todos os custos, inclusive os financeiros, e ter lucro. Sem isso ele não conseguirá sobreviver, tão pouco investir na manutenção de uma operação de excelência.

Para que haja a terceirização deve ser prestado um serviço no mínimo igual, ou melhor, do que a empresa executa internamente, a um preço justo. Devem ser exigido da terceirização rapidez, qualidade, e execução em um tempo satisfatório. O fornecedor de serviços não pode ter no seu cliente sua única fonte de renda, sendo assim as partes deve se comportar como se fossem sócios. Para que isso tudo aconteça, cabe ao contratante estabelecer alguns pré-requisitos que lhe permitem optar pela melhor empresa especializada, contratada de acordo com suas necessidades: como capacidade de absorver as atividades a serem terceirizadas, lista de clientes e tipos de trabalho desenvolvidos, número de funcionários e técnicos habilitados para a prestação de serviços, capacidade empreendedora, uso de tecnologia e busca de aprimoramento. Com relação às atividades terceirizadas: treinamento e desenvolvimento do seu pessoal e política de treinamento de funcionários do contratante, metodologia de trabalho com ênfase na transferência de tecnologia se for o caso, processos e programas de qualidade e produtividade empregados em atividades assemelhadas a serem controladas, flexibilidade e agilidade do prestador de serviços em se adaptar as condições do cliente, responsabilidades no cumprimento de prazos, números de funcionários alocados, equipamento e materiais envolvidos.

## 13 ESTUDO DE CASO - CORREIOS

### 13.1 História

Figura 5- Correios



Fonte: Zoomdigital.com.br

O transcorrer da história dos Correios em terras brasileiras corresponde à transformação histórica do próprio país, razão pela qual os principais fatos ligados à implantação e ao aperfeiçoamento dos serviços postais fornecem um panorama do próprio desenvolvimento histórico brasileiro. Nesses séculos, a trajetória dos Correios está intimamente ligada à evolução da administração pública e da tecnologia em nosso país.

Do início dos serviços postais até os dias de hoje, os Correios assumiram o papel de aproximar as pessoas, buscando sempre o aperfeiçoamento dos serviços e produtos oferecidos à sociedade, de modo a sagrar-se como uma das instituições mais respeitáveis do Brasil.

As Primeiras Cartas ao Correio-Mor.

Os primórdios dos serviços postais no Brasil Colônia reportam-se a Portugal e à sua atuação neste novo território. As cartas eram o único meio de comunicação à longa distância e foram muito utilizadas desde os primeiros passos do processo de colonização, dependendo inicialmente da atuação de particulares. Os serviços postais oficiais chegaram com os assistentes do Correio-Mor das Cartas do Mar. Com o lento povoamento do interior, acelerado depois da descoberta das minas de ouro, os novos fluxos de negócios exigiam que esses serviços fossem levados para as novas fronteiras de povoamento. A coroa lusitana, entretanto, interessada em controlar as informações sobre as riquezas da colônia, proibiu a atuação do Correio-Mor no interior do país a partir de 1730. Esses fatos levaram a

experiências de criação das primeiras linhas de transporte postal organizadas pelos representantes do estado português, ainda que de uma forma embrionária.

### **1500**

A "certidão de batismo do Brasil" é a carta de Pero Vaz de Caminha, que anunciou ao rei de Portugal o descobrimento da nova terra. O que é menos conhecido é que a nau de Gaspar de Lemos, que a transportou, levava também outra correspondência importante, a de Mestre João Faras, primeiro documento científico sobre nosso país, além de amostras recolhidas no país. Assim, pode ser considerada, de certa forma, a primeira ligação postal entre o Brasil e a metrópole.

### **1773**

Foi estabelecida, em 1º de setembro, a primeira comunicação postal terrestre entre São Paulo e o Rio de Janeiro, um serviço de estafetas criado pelo governador da capitania de São Paulo, o Morgado de Mateus, D. Luís de Sousa Botelho Mourão. A Estatização dos Serviços e a Administração Geral de Correios

### **1798**

Pelo Alvará de 20 de Janeiro de 1798, foi instituído o processo de organização postal dos correios terrestres e estabelecida a ligação postal marítima regular entre o Brasil e Portugal (Rio de Janeiro e Lisboa, inicialmente). Instalava-se no Rio de Janeiro a Administração do Correio, que funcionou no prédio do futuro Paço Imperial, junto às instalações do Tribunal da Relação e da Casa da Moeda, onde eram distribuídas as cartas que chegavam de Portugal, tendo como primeiro administrador Antônio Rodrigues da Silva.

Foi regulado o serviço postal interno, iniciado com a criação da primeira agência postal oficial do interior, na cidade de Campos, no Rio de Janeiro.

### **1801**

Criação, no Rio de Janeiro, do serviço de Caixas Postais e instituição do serviço de registrados para o interior.

## **13.2 Períodos imperiais**

Durante este período, D. Pedro I reorganizou os Correios do Brasil independente e iniciou o processo de criação de administrações nas províncias. Sob D. Pedro II, as reformas postais instituíram: o pagamento prévio de franquia unificada; o lançamento dos primeiros selos postais; a criação do quadro de carteiros, de caixas de coleta e de postais e a distribuição domiciliária de correspondência na Corte e nas províncias. Foi estabelecido o serviço telegráfico, e o Brasil aderiu, por tratados, aos organismos internacionais de telecomunicações recém-criados. Inicialmente, os serviços postais e telegráficos foram conduzidos administrativamente por repartições diferentes.

### **1822**

Paulo Bregaro, considerado o patrono dos carteiros no Brasil, entregou a D. Pedro, no dia 7 de setembro, às margens do Riacho do Ipiranga, correspondências informando sobre novas exigências de Portugal com relação ao Brasil. Ao recebê-las, D. Pedro reagiu às imposições da Corte e declarou a Independência do Brasil, associando assim a atividade de correio a este importante momento histórico do país.

### **1835**

Adoção da entrega domiciliar de correspondência; bem como do uso de uniforme com bolsa de cartas a distribuir e outra para a introdução de cartas pelos transeuntes.

### **1843**

Em 1840, Rowland Hill criara na Inglaterra o primeiro selo postal adesivo, o Penny Black, como parte da Reforma Postal Inglesa, fazendo com que o pagamento da correspondência fosse feito pelo remetente e não pelo destinatário, como ocorria até então, servindo o selo como comprovante desse pagamento. Em 1º de agosto de 1843, acontece a emissão dos primeiros selos postais brasileiros, denominados Olhos-de-Boi, nos valores de 30, 60 e 90 réis. Por essa

razão, neste dia, no Brasil, comemora-se o "Dia do Selo". O Brasil foi o segundo país do mundo a adotar essa solução em todo o seu território.

### **1861**

Criação da Secretaria do Estado dos Negócios da Agricultura, Comércio e Obras Públicas com a qual se vinculavam os correios terrestres e marítimos. Foram promulgadas as convenções que regulamentam as trocas de correspondências com estados estrangeiros.

## **13.3 Correios na república velha**

A aquisição de novas máquinas, ampliação da área de ação interna e externa, a evolução dos transportes e a implantação das primeiras ligações aéreas marcaram esse período de notório desenvolvimento dos Correios, que puderam expandir seus serviços às populações de todas as regiões do País, contribuindo enormemente para a integração nacional. Os serviços postais e telegráficos continuavam sob gestões separadas.

### **1900**

O Brasil inicia o serviço de Encomendas Internacionais (Colis Postaux). Emissão da primeira série de selos comemorativos, alusiva ao quarto centenário do descobrimento do Brasil. Pela primeira vez, os selos postais estamparam figuras humanas diferentes da efígie do imperador.

### **1927**

Início do transporte de correspondência via aérea regular, entre a América do Sul e a Europa. A título de experiência, em 24 de novembro desse ano, foi recebida, no Rio de Janeiro, a primeira mala aérea, vinda de Natal, conduzida pelo avião 606 da CGA.

**1929**

Entrada em operação do Graff Zeppelin - dirigível que sobrevoava regularmente os céus do Brasil transportando, entregando e recebendo correspondências, fazendo inicialmente a ligação entre a Europa e a América do Sul, em um percurso que depois incluiria os Estados Unidos.

É criado o Correio Aéreo Militar, que deu origem ao Correio Aéreo Nacional, permitindo a remessa de correspondências a lugares quase inatingíveis do território nacional.

**13.4 Períodos da ECT**

Com o desenvolvimento dos setores produtivos do Brasil tornava-se necessária à reorganização do serviço postal a partir de um modelo mais moderno que o do DCT, que já não apresentava infraestrutura compatível com as necessidades dos usuários. Nesse sentido foi criada, em 20 de março de 1969, pela Lei nº. 509, a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), uma empresa pública vinculada ao Ministério das Comunicações. Nesse período, a ECT consolidaria seu papel como importante agente da ação social do Governo, atuando no pagamento de pensões e aposentadorias; na distribuição de livros escolares; no transporte de doações em casos de calamidade; em campanhas de aleitamento materno; no treinamento de jovens carentes e em inúmeras outras situações.

**1973**

Instalação dos novos modelos de caixas de coleta, em fibra de vidro.

**1974**

Início, em outubro da Rede Postal Aérea Noturna (RPN), visando a atender aos padrões de qualidade estabelecidos para as cartas e outros objetos de correspondências urgentes.

**1986**

Participação da ECT no Programa de Prioridades Sociais do Governo Federal e na distribuição de livros didáticos e tíquetes de leite.

**2001**

Lançamento do SEDEX 10. Em parceria com o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), os Correios passaram a ser os distribuidores do Programa Nacional do Livro Didático (PNDL), em todo o país, entregando anualmente milhões de livros, na maior operação logística do planeta.

**2002**

Lançamento do Serviço de Logística Integrada e do PAC, modalidade de serviço de encomenda econômica não expressa dos Correios. O novo serviço foi criado para atender às empresas que não tinham urgência em suas remessas, mas exigiam economia, segurança, regularidade e confiabilidade.

**2003**

Lançamento, simultâneo, do Sedex Hoje e do Sedex Mundi. O primeiro oferecendo entregas no mesmo dia da postagem e o outro, por sua vez, expandindo a atuação internacional dos Correios.

**2013**

Início do uso de smartphones pelos carteiros para aprimoramento dos serviços de distribuição domiciliar.

## 14 SISTEMAS DE DISTRIBUIÇÃO DOS CORREIOS

O serviço postal dos Correios disponibilizados pela empresa hoje, é dividido em dois segmentos: o segmento de correspondências simples, telegramas e cartas registradas que são caracterizados como um serviço de monopólio, onde a Empresa Brasileira de Correio e Telégrafo (ECT) é evidenciada como a única empresa que presta este tipo de serviço no país. O outro segmento é o de encomendas expressas que tem concorrência direta com outras empresas prestadoras do mesmo serviço.

A estrutura da ECT em toda sua unidade federativa é composta por 5.895 agências próprias, 6.749 agências terceirizadas, 10.052 unidades operacionais, 118.537 funcionários e aproximadamente 36,5 milhões de objetos triados e entregues por dia em todo território nacional.

Os processos logísticos dos Correios são divididos por etapas, no qual cada unidade da rede instalada em determinado local estrategicamente contribui para que o cliente receba sua correspondência no prazo determinado. Do total das unidades operacionais, quatro CTC, estão instalados na região metropolitana do estado de São Paulo e é responsável por fazer toda a captação das correspondências na sua área de abrangência territorial, em seguida fazer a triagem e encaminhar todos os objetos para seus respectivos destinos.

A Distribuição dos correios é dividida em vários setores:

**CDD** - Centro de Distribuição Domiciliar

**CEE** - Centro de Entrega de Encomendas

**CTC** - Centro de Tratamento de Cartas

**CTCE** - Centro de Tratamento de Cartas e Encomendas

**CTCI** - Centro de Tratamento de Correio Internacional

**CTE** - Centro de Tratamento de Encomendas

**CTE-SEI** - Centro de Tratamento de Encomendas - Setor de Encomendas Internacionais.

A logística do sistema produtivo do CTC está fundamentada, basicamente, na troca de cargas entre as unidades com interface direta com os clientes, atendimento e distribuição a partir da centralização nas unidades de

tratamento. Neste sentido, é composto por quatro processos principais: atendimento, tratamento, distribuição e transporte.

Assim sendo, a postagem de correspondência e objetos pode ser realizada através de agência de atendimento, processo pelo qual o cliente vai até o local de postagem, em agências próprias ou terceirizadas.

As cartas que chegam ao Centro de triagem de cartas são captadas nas agências próprias e franqueadas através de vans, e caminhões por funcionário da empresa ou prestadores de serviços. Além das agências, também existem postos avançados que são gráficas que fazem todo o serviço de impressão para bancos, magazines, empresa de telefonia etc. na qual essas correspondências são trazidas para o centro de triagem de cartas através de caminhões e vans.

Toda vez que você coloca uma correspondência na caixa do correio, tem início um complexo processo de logística para que ela chegue ao destino certo: a carta ou encomenda é recolhida e levada para centros de triagem, que ficam nos grandes centros urbanos; depois, distribuída para centros médios; em seguida, é encaminhado para cada localidade em que o carteiro pega o material para entregar de casa em casa. E a complexidade não se deve apenas à existência de tantas etapas para viabilizar a distribuição, mas à imensa quantidade de conexões possíveis nesse processo: 31 milhões desde os pontos de coleta até a distribuição. “Temos um desafio logístico imenso para movimentar 14 mil toneladas de correspondências e encomendas por dia”, diz o presidente da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (EBCT), Wagner Pinheiro. Segundo ele, são três modais de transporte envolvidos para viabilizar o trabalho: terrestre e aéreo, que são predominantes, e fluviais, em especial no Norte do país. Ao todo, são 6,3 mil linhas de transporte compartilhadas que envolvem mais de cinco mil veículos leves, 11 mil motos, 15 aeronaves (que percorrem 43 mil quilômetros por dia) e 62 mil carteiros. Eles entregam, todos os dias, uma média de 35 milhões de objetos e, em 85% das vezes, é domiciliar.

O tempo que um objeto postal leva para chegar depende do tipo de serviço escolhido e do local de destino. No caso, a jornada começa com a postagem no balcão da agência, as 12.644 espalhadas por todo o país. Recebe o selo, que servirá como prova de que ela pagou a tarifa. Em seguida, o selo é obliterado (carimbado de forma que não possa ser usado novamente) por um atendente. O

carimbo indica data de postagem e local de origem. “A maioria das cartas postadas é de empresa, mas ainda existem pessoas que gostam de enviar cartas para seus familiares e amigos”, nos revela André.

O funcionário responsável pela expedição da agência olha no relógio e se desloca até o setor de atendimento para avisar que iniciará o fechamento da carga. Tudo o que for postado a partir daquele momento terá o carimbo DH, que apesar de óbvio para quem trabalha nos Correios deixa muitos usuários intrigados. DH significa “depois da hora”, ou seja, seguirá somente no próximo dia útil. “Às 17h, vou ao balcão da agência e peço aos atendentes o que têm para trazer, pois se esgotou o horário deste dia. Após, somente com DH. Faço uma triagem, fechando as correspondências nas caixetas e nas malas para, quando o motorista chegar, a carga estar pronta para seguir seu destino”, explica André. Essa expedição feita nas agências é uma pré-separação de todos os objetos postais segundo sua característica e seu destino. São utilizados unitizadores primários, ou seja, recipientes plásticos especiais para envelopes e malas de lona para caixas e pacotes, devidamente identificados por rótulos que são lidos e registrados por um sistema próprio dos Correios, o que torna possível rastreá-los em todas as fases do processo.

### 14.1 Sedex

O sedex é um serviço dos Correios para remessa expressa de mercadorias de até 15 kg adquiridas por meio do comércio eletrônico, com preços diferenciados para as lojas online que contratam este serviço.

Disponível ao mercado desde 2000, o SEDEX acompanha a evolução do e-commerce brasileiro. Os prazos de entrega variam de zero a três dias, conforme a modalidade do serviço e a origem e destino da encomenda. Os prazos são contados a partir da postagem da encomenda nos Correios, dentro do horário limite de postagem da agência. A entrega do SEDEX é feita em três modalidades:

**Sedex standard** entrega em até 3 dias, dependendo da localidade. Atende toda a área de abrangência do SEDEX;

**Sedex prioritário:** entrega até às 18h do dia da postagem, mas atende apenas na cidade de São Paulo (origem e destino) SEDEX Express: entrega até as 21h do dia da postagem, sendo modalidade também restrita a origem e destino na cidade de São Paulo.

### **Por que usar este serviço?**

- Entrega no endereço do destinatário em todos os municípios brasileiros;
- Rastreamento do objeto: estarão disponíveis no site dos Correios informações sobre a situação de entrega do objeto, ou, na sua impossibilidade, o motivo respectivo da não entrega;
- Realização de até três tentativas de entrega;
- Possibilidade de coleta domiciliar (somente Pessoas Jurídicas com contrato).

### **14.2 Pac (prático - acessível - confiável)**

É um serviço oferecido pelos Correios em todo território nacional, podendo ser utilizado tanto para pessoas físicas quanto para pessoas jurídicas (desde que estas possuam contrato).

É o envio econômico de cartas e mercadorias com a entrega no local indicado pelo remetente podendo ser rastreado pelo número na etiqueta desde a postagem até a entrega.

O PAC também utiliza o mesmo sistema de tentativa de três entregas dadas aos SEDEX, SEDEX 10 e Telegramas.

## 15 LOGÍSTICA REVERSA

É um serviço que também atende em todo território nacional que se caracteriza pela devolução de correspondências (cartas, documentos, etc) e mercadorias sem custo adicional ao remetente, para ser entregue no local indicado em qualquer endereço.

Funciona junto ao serviço de Pós-vendas de empresas de sites de compras on line, sendo que a coleta do objeto pode ser feita em domicílio ou em agências através de autorização de postagem (e-ticket ) que é solicitado através do site dos Correios e este serviço está disponível em quatro modalidades :

- Logística Reversa Domiciliar;
- Logística Reversa Simultânea Domiciliar;
- Logística Reversa em Agência;
- Logística Reversa Simultânea em Agência.

## 16 UNIÃO POSTAL

Fundada em 1874, a União Postal Universal (UPU), com sede em Berna, Suíça, é a segunda mais antiga organização internacional em todo o mundo. Com os seus 192 países membros, a UPU é o principal fórum de cooperação entre os atores do setor postal. Ela ajuda a garantir uma rede verdadeiramente universal de produtos e serviços postais de qualidade.

Desta forma, a organização cumpre um papel de consultoria, de mediação e de ligação, e presta assistência técnica quando necessário. Ele estabelece as regras para trocas de correspondência internacionais e faz recomendações para estimular o crescimento da correspondência física e os volumes de serviços financeiros, além de melhorar a qualidade de serviço para os clientes.

A UPU está composta de quatro órgãos e duas cooperativas:

- Congresso
- Conselho de Administração (CA)
- Conselho de Operações Postais (COP)
- Secretaria Internacional (SI)
- Cooperativa Telemática
- Cooperativa EMS

## CONCLUSÃO

Hoje um dos grandes desafios das organizações é encontrar formas de aperfeiçoar e reduzir distâncias entre o processo produtivo e o consumidor final. Para isso é necessário conhecer bem os agentes envolvidos nos processos que formam a cadeia de distribuição.

Para os correios realizar as distribuições físicas em domicílio, antes é necessário também uma distribuição interna. As correspondências chegando ao CDD responsável pela distribuição são separadas e distribuídas para cada entregador responsável por bairro e CEP, portanto é indispensável um processo de distribuição muito bem planejado para que a rota seja uma sequência mais viável, para que o produto chegue no momento certo, na hora certa e com menos custo possível.

Através dos estudos de caso e das pesquisas realizadas, chegamos a conclusão que o processo de distribuição é um dos mais importantes nas empresas. Ele trabalha diretamente para o cliente, e também para que todo o processo logístico dentro de uma empresa funcione perfeitamente tornando-o eficaz.

## REFERÊNCIAS:

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO CONCEITO. **Canais de Distribuição**. Disponível em:  
<[www.academia.edu/4554702/canais\\_de\\_distribuição\\_conceito](http://www.academia.edu/4554702/canais_de_distribuição_conceito)>

Acesso em: 25 abr. 2015

COELHO, Leandro. **Logística empresarial conceitos e definições**. Disponível em:  
<<http://www.logisticadescomplicada.com/logistica-empresarial-conceitos-e-definicoes/>>

Acesso em: 25 mar. 2015.

COMUNICAÇÕES. **União Postal Universal (UPU)** Disponível em:  
<<http://www.mc.gov.br/o-ministerio/280-temas/atuacao-internacional-no-setor-postal/uniao-postal-universal-upu/24753-uniao-postal-universal-upu>>

Acesso em: 10 jun. 2015.

CORREIOS. **Comercio Eletrônico**. Disponível em:

<<http://www.correios.com.br/para-sua-empresa/comercio-eletronico/servicos-de-entrega-dos-correios>>

Acesso em: 10 jun. 2015.

DALACORTE, Aécio. **Terceirização da logística de distribuição**. Disponível em:  
<[http://www.ogerente.com.br/WdQWZ/novo/colunas\\_ler.php?canal=11&canallocal=41&canalsub2=132&id=1945](http://www.ogerente.com.br/WdQWZ/novo/colunas_ler.php?canal=11&canallocal=41&canalsub2=132&id=1945)>

Acesso em: 23 mar. 2015.

DIAS, João Carlos Quaresma. **Logística Global**. Disponível em:

<[www.logisticatecnica.comunidades.net/index.php](http://www.logisticatecnica.comunidades.net/index.php)>

Acesso em: 25 abr. 2015.

LOGISTICA GERENCIADA. **Logística e suas novidades**: O surgimento da logística, e a logística no brasil. Disponível em:

<<http://logisticagerenciada.blogspot.com.br/p/o-que-e-logistica-logistica-existe.html>>

Acesso em: 25 mar. 2015.



**CENTRO PAULA SOUZA**




---

**Etec "PROFª. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ"**

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO**

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no curso **Técnico em Logística**, na qualidade de titulares dos direitos morais e patrimoniais de autores do texto apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso com o título **“Processos de Distribuição”** apresentado na **Etec “Profª Anna de Oliveira Ferraz”**, autorizamos o Centro Paula Souza a reproduzir integral ou parcialmente o trabalho escrito e/ou disponibilizá-lo em ambientes virtuais.

Araraquara, 23 de Novembro de 2015.

<b>Nome</b>	<b>RG</b>	<b>Assinatura</b>
Daiane Manoela de Souza	34.082.007-X	
Daiane Souza Santos	57.583.002-5	
Júlio Cesar Arraes Chaves	40.412.749-6	
Silas Alex Soares dos Santos	40.749.069-3	



---

## **Etec "Profª. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ"**

### **DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE**

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no curso **Técnico em Logística** na **Etec "Profª Anna de Oliveira Ferraz"**, declaramos ser os autores do texto apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso com o título **"Processos de Distribuição"**.

Afirmamos, também, ter seguido as normas da ABNT referente às citações textuais que utilizamos, dessa forma, creditando a autoria a seus verdadeiros autores (Lei n.9.610, 19/02/1998).

Através dessa declaração damos ciência da nossa responsabilidade sobre o texto apresentado e assumimos qualquer encargo por eventuais problemas legais, no tocante aos direitos autorais e originalidade do texto.

Araraquara, 23 de Novembro de 2015.

<b>Nome</b>	<b>RG</b>	<b>Assinatura</b>
Daiane Manoela de Souza	34.082.007-X	
Daiane Souza Santos	57.583.002-5	
Júlio Cesar Arraes Chaves	40.412.749-6	
Silas Alex Soares dos Santos	40.749.069-3	