

FLÁVIO CÉSAR BERGONSE

**LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS
NÃO-PERECÍVEIS PARA SUPERMERCADOS**

**Monografia apresentada ao Curso de Pós-Graduação
em Gestão Empresarial, Setor de Ciências Sociais
Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.**

Orientador: Prof. Sérgio Bulgacov

**Curitiba
2004**

SUMÁRIO

LISTA DE ANEXOS	III
1 INTRODUÇÃO	4
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	5
3 OBJETIVOS	7
4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	7
5 DESENVOLVIMENTO	7
5.1 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	7
5.2 PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS LOGÍSTICOS.....	9
5.2.1 Operação Logística	9
5.3 ESTRUTURA	9
5.4 VEÍCULOS	9
5.5 ÁREA DE ATUAÇÃO	10
5.6 PRODUTOS	10
5.7 ARMAZENAGEM	10
5.8 ÁREA OPERACIONAL	11
5.9 ÁREA ADMINISTRATIVA	11
5.9.1 Rotinas Administrativas	12
5.10 SISTEMA	13
5.11 IDENTIFICAÇÃO DAS DIFICULDADES	14
5.12 SUGESTÕES	15
6 RECOMENDAÇÕES	17
7 CONCLUSÃO	18
8 GLOSSÁRIO DE TERMOS DE USO NA LOGÍSTICA EMPRESARIAL	19
9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
10 ANEXOS	34

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1 - ESTOQUES X CARTEIRAS	36
ANEXO 2 - CONTROLE DE ESTOQUES	37
ANEXO 3 - RAC - REGISTRO DE ATENDIMENTO A CLIENTES	38
ANEXO 4 - ATC - AUTORIZAÇÃO PARA TROCA DE CAFÉ	39
ANEXO 5 - INVENTÁRIO DE ESTOQUES	40
ANEXO 6 - INVENTÁRIO DE PALLETS	41

1 INTRODUÇÃO

O termo Logística tem sua origem nas forças armadas, que se relaciona com a aquisição e fornecimento de todos os produtos e recursos necessários para cumprir uma missão.

No início de 1991, o mundo presenciou um exemplo dramático da importância da logística. Como precedente para a Guerra do Golfo, os Estados Unidos e seus aliados tiveram que deslocar grandes quantidades de materiais a grandes distâncias, o que se pensava ser impossível de se fazer em um tempo tão curto. Meio milhão de pessoas e mais meio milhão de materiais e suprimentos tiveram que ser transportados através de 12.000 km por via aérea, mais de 2,3 milhões de toneladas de equipamentos transportados por mar, tudo isto feito em questão de meses.

No mercado global atual, vender um produto é às vezes mais fácil do que fazê-lo chegar aos consumidores. As empresas devem pensar na melhor forma de estocar, manusear e transportar seus produtos e serviços para que eles se encontrem disponíveis para os consumidores na quantidade certa, no momento certo e no lugar certo. A eficácia da logística tem um grande impacto na satisfação do consumidor e nos custos da empresa.

Com uma visão voltada para as novas tendências, neste trabalho será abordado o papel da logística em relação à distribuição física, não só fazendo referência ao transporte, mas sim, abordando o fluxo logístico e as formas de distribuição. A logística de distribuição não significa apenas caminhões e depósitos, a logística moderna é muito mais do que isso, envolve planejamento, implementação e controle do fluxo físico de materiais, produtos finais e informações correlatas dos pontos de origem até os pontos de consumo, de modo a atender às exigências dos clientes a um certo lucro. Essas atividades incluem previsão, sistemas de informação, compras, planejamento de produção, processamento de pedidos, estoque, armazenagem e planejamento de transporte.

O objetivo é demonstrar os aspectos relativos as pesquisas bibliográficas efetuadas, procurando estabelecer uma abordagem prática sobre estes conceitos de logística, mais especificamente no que diz respeito à logística de distribuição.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A logística de distribuição envolve gerenciar a movimentação e armazenagem de materiais e produtos da fonte até o consumidor. Uma das várias definições de logística é:

“O processo que integra, coordena e controla: a movimentação de materiais, inventário de produtos acabados e informações relacionadas; dos fornecedores através de uma empresa; para satisfazer as necessidades dos clientes”.¹

É vital que o profissional logístico conheça a metodologia, para proporcionar um melhor e maior nível de rentabilidade nos serviços de distribuição aos clientes e consumidores, através de planejamento, organização e controles efetivos para as atividades de movimentação e armazenagem que visam facilitar o fluxo de produtos.

Hoje, um número cada vez maior de empresas adota o conceito de gerenciamento integrado de logística, o reconhecimento de que oferecer um melhor serviço para o consumidor com os devidos custos de distribuição requer um trabalho de equipe, tanto dentro da empresa como entre todas as organizações do canal de marketing e logística. Dentro da empresa, os diversos departamentos devem trabalhar para maximizar seu próprio desempenho logístico. A empresa deve também integrar seu sistema logístico ao sistema de seus fornecedores e clientes a fim de maximizar o desempenho de todo o seu sistema de distribuição.

Nesta década, o papel da logística aumentou tanto em escopo quanto em importância estratégica. A integração de cadeias de suprimento, respostas rápidas, filosofia *just-in-time*, revolucionaram não somente a forma pela qual as empresas gerenciam suas atividades logísticas, mas também, como gerenciam todo seu negócio. As estratégias logísticas influenciam no projeto do produto, nas parcerias, nas alianças e nas seleções de fornecedores e outros processos vitais de negócios.

Com uma contínua necessidade de aprimoramento, as empresas procuram aumentar sua competitividade e a conquista constante da fidelidade de seus clientes, com isso, os administradores buscam a integração da logística ao marketing. O marketing vende o produto e a logística materializa a posse desse mesmo produto ao cliente. Portanto, os conceitos básicos de marketing não podem ser executados sem que a empresa crie uma estrutura logística.

¹ IMAM Gerenciamento da logística e a cadeia de abastecimento. 2000, p.1

A logística é uma das estratégias que a empresa deve utilizar para se tornar mais competitiva. Conforme é notório em acontecimentos históricos a logística tem papel fundamental em grandes empreendimentos, mas somente há poucos anos as organizações começaram a dar a real importância a este processo facilitador.

De acordo com CHRISTOPHER, "A Logística é o processo de gerenciar estrategicamente a aquisição, movimentação e armazenagem de materiais, peças e produtos acabados - e os fluxos 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 baixo custo".²

Usando o processo de logística, podemos obter uma vantagem competitiva, isto significa uma supremacia duradoura em relação à concorrência, obtendo a preferência dos clientes.

O nível de serviço está basicamente expresso em tempo e coordenação estratégica para a movimentação de produtos, considerando que o custo de fornecer o serviço envolverá resultados. A eficiência da distribuição física está diretamente relacionada com a lucratividade empresarial.

Para um bom desempenho, a logística deverá preocupar-se com as necessidades de serviço e satisfação do cliente, devendo despender especial atenção no cumprimento das entregas no prazo, ao *lead time*, disponibilidade de estoques, frequência de entrega, confiabilidade de entrega, procedimentos para reclamações, informações rápidas e precisas sobre a posição dos pedidos.

Dentre as prioridades do serviço de distribuição física, que são consideradas essenciais pelos clientes, estão relacionadas o tempo e a disponibilidade com que seus fornecedores atendem suas solicitações. Fornecedores que prestam serviços de baixa qualidade geram custos indesejáveis a seus clientes, tais como vendas perdidas e, maior custo de manutenção de estoque para cobrir atrasos e *lead-times* de entrega abaixo de suas expectativas.

De acordo com BALLOU, "Logística empresarial tem como objetivo prover o cliente com os níveis de serviço desejados. A meta do nível de serviço logístico é providenciar bens ou serviços corretos, no lugar certo, no tempo exato e na condição desejada ao menor custo possível. Isto é conseguido através da administração adequada das atividades-chave da logística – transportes, manutenção de estoques, processamento de pedido e de várias atividades de apoio adicionais."³

² CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos**. 1997, p. 39

³ BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial**. 1993, p. 38

3 OBJETIVOS

A pesquisa terá como objetivo o conhecimento das atividades e procedimentos realizados na área de logística de distribuição, identificando possíveis problemas e dificuldades existentes, para contribuição nas melhorias necessárias, fornecendo sugestões que venham facilitar e agilizar a execução das tarefas, proporcionar a otimização de tempo nas áreas administrativas de distribuição, fornecendo o nível de serviços desejado pelos clientes e analisar ações possíveis que proporcionem a possibilidade de redução de custos.

4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Com o intuito de conhecer os procedimentos da empresa e posterior definição de melhorias no setor responsável pela distribuição, se fez um levantamento e estudo de todos os processos, sendo os principais:

- Entrevistas com os usuários e responsáveis de cada departamento envolvidos com o processo de distribuição.
- Análise das etapas de cada tarefa, o seu fluxo e as áreas envolvidas.
- Observação pessoal das dificuldades de cada área no processo de execução das tarefas.
- Análise das políticas e diretrizes existentes na empresa.
- Análise dos sistemas utilizados como ferramenta de trabalho

5 DESENVOLVIMENTO

5.1 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A empresa Robertrans Transportes Rodoviários de cargas Ltda, tem sua matriz situada na Cidade de Colombo-Pr, e possui uma filial na cidade de Limeira-SP. É uma empresa prestadora de serviços de transportes e operações logísticas.

Foi criada a partir da união de seus dois sócios fundadores, um deles presente até hoje na empresa, que resolveram somar suas experiências de mais de duas décadas atuando em setores comerciais.

Após a associação, a empresa constituiu sede na cidade de Colombo-Pr, onde se encontra até hoje. Com o crescimento do número de clientes a empresa foi criando uma estrutura mais ampla, inclusive, criando uma filial na cidade de Limeira-SP, sempre buscando adaptar-se da melhor forma ao atendimento das necessidades que foram surgindo, procurando sempre a inovação e a qualidade de seus serviços.

Atualmente a Robertrans conta com 42 funcionários organizados nos diferentes setores, procurando a melhor maneira de se atingir os objetivos traçados e buscando resultados cada vez melhores a partir da otimização de seus serviços.

A empresa tem como missão, “o comprometimento em atingir, com qualidade, criatividade e ética, todos os resultados pactuados com nossos parceiros externos e internos, proporcionando de uma maneira durável a satisfação de suas necessidades”. O seu objetivo principal é a busca contínua de melhorias, acreditando que com o constante aprimoramento e atualização, a empresa terá condições de aumentar sua competitividade, reforçando a fidelidade conquistada junto aos seus clientes buscando novos parceiros.

O principal serviço prestado é o de transporte de cargas, porém, com a competitividade, bem como a necessidade de atendimento a um mercado cada vez mais exigente, a empresa se reestruturou e hoje, também presta serviços como operadora logística.

Na área específica de serviços de transportes, atende várias empresas de renome no Estado do Paraná e São Paulo.

Em sua atuação como operador logístico possui contrato de prestação de serviços com a Copersucar - Cooperativa dos Produtores de Cana, Açúcar e Álcool do Estado de São Paulo, uma empresa de produção, industrialização e comercialização de açúcar e álcool e, com a Sara Lee Cafés do Brasil, que industrializa e comercializa café.

5.2 PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS LOGÍSTICOS

5.2.1 Operação Logística

Como a logística de distribuição é o objeto de estudo neste trabalho e, para um melhor esclarecimento, se faz necessário um relato objetivo das necessidades básicas para o funcionamento da operação e serviços definidos e contratados entre as empresas.

Esses serviços consistem em transporte, armazenagem, movimentação e distribuição de mercadorias.

- Transporte das mercadorias das unidades produtoras, localizadas em Limeira, Sertãozinho, Piracicaba e São Paulo, para o Centro de Distribuição do Paraná - CDPR.
- Recebimento, movimentação, armazenagem e faturamento dos produtos.
- Transporte e distribuição das mercadorias, a partir do Centro de Distribuição – CD aos clientes.
- Recebimento, movimentação, armazenamento e faturamento dos produtos.

5.3 ESTRUTURA

A Robertrans disponibiliza toda a estrutura física e humana para os serviços logísticos prestados às empresas mencionadas. Essa estrutura consiste em depósito para armazenagem do produto, veículos de transporte e manuseio de produtos (empilhadeiras), mão-de-obra operacional e administrativa.

5.4 VEÍCULOS

Para melhor adequação às necessidades de transporte, são utilizados veículos, tais como, carretas com capacidade de 27.000 a 30.000 kg, *trucks* para 10.000 e 12.000 kg.

5.5 ÁREA DE ATUAÇÃO

As transferências de produtos destinados ao estoque do Centro de Distribuição - CD, para sua posterior distribuição em clientes, têm sua origem em diversas cidades de São Paulo e Capital.

A logística de distribuição aos clientes, está concentrada nos Estados do Paraná e Santa Catarina.

5.6 PRODUTOS

Os produtos distribuídos são produtos acabados do gênero alimentício, especificamente café e açúcar, que consiste em toda a extensão de linha, ou seja, diferentes sabores, formas, ingredientes ou tamanho de embalagens. Tanto os considerados básicos, aqueles de consumo diário pelos consumidores, como a linha denominada de açúcares especiais, que são os destinados às indústrias de outros segmentos, que utilizam açúcar para a industrialização de seus produtos, os açúcares destinados às confeitarias que possuem diversas granulagens e o açúcar na forma *light*. Na linha de álcoois são distribuídos o álcool líquido e em gel (produtos encontrados em supermercados, utilizados como produto de limpeza), e o álcool carburante (combustível). A extensão de linha do café distribuído é desde os cafés convencionais, a vácuo, almofada e solúveis até os denominados de especiais, como os orgânicos e os aromatizados.

5.7 ARMAZENAGEM

A área total destinada ao armazenamento é de 2.200 m², e está dividida por produtos e pelos diversos tipos e marcas comercializadas. Os produtos são armazenados em *pallets*, dentro das normas e necessidades de acondicionamento.

No sistema de armazenagem são observadas também as premissas do arranjo físico, que significa planejar e tomar decisões sobre a localização dos produtos dentro das instalações, com a preocupação de tornar mais fácil o

movimento do trabalho, quer esse movimento se refira ao fluxo de pessoas ou materiais. Neste sentido os aspectos considerados são:

- Segurança – todos os processos que podem representar perigo, não devem ser acessíveis às pessoas não autorizadas. Saídas de incêndio devem ser claramente sinalizadas com acesso desimpedido. Passagens devem ser claramente marcadas e mantidas livres.
- Extensão do fluxo – o fluxo de materiais deve ser canalizado pelo arranjo físico de forma a atender aos objetivos da operação. Em muitas operações, isso significa minimizar as distâncias percorridas pelos recursos transformados.
- Clareza de fluxo – todo o fluxo de produtos deve ser sinalizado de forma clara e evidente. Os corredores são claramente definidos e marcados, usam faixas pintadas no chão com diferentes cores para indicar o roteiro de circulação destinado aos funcionários e os de acesso às empilhadeiras (máquinas de movimentação de produtos) e aos veículos de transporte.

5.8 ÁREA OPERACIONAL

As tarefas da área operacional consistem na recepção, conferência e descarga de produtos recebidos através de transferências das unidades produtoras, carregamento dos veículos para distribuição em clientes; tarefa essa, executada mediante ordem de carregamento - *Picking*, disponibilizada pela área de faturamento. É também, de responsabilidade da área operacional, a conservação, arrumação e limpeza do armazém, bem como, o devido acondicionamento dos produtos, levando em consideração suas especificidades.

5.9 ÁREA ADMINISTRATIVA

Vale observar que essas atividades são executadas pela equipe que se dedica exclusivamente para o atendimento das empresas que possuem contrato

logístico com a Robertrans, excetuando-se aqui, as rotinas administrativas que dizem respeito à Transportadora.

5.9.1 Rotinas Administrativas

- Lançamentos de Entrada: Notas fiscais de transferência de mercadorias da unidade produtora ao CDPR e, de devoluções de clientes, em função de mercadorias avariadas ou vencidas.
- Lançamentos de Saídas: Notas fiscais de devolução de *pallets* e de transferência de mercadorias avariadas à unidade produtora, que procederá no descarte conforme normas estabelecidas pela legislação.
- Acompanhamento da carteira de pedidos: Esse acompanhamento tem como finalidade a definição das formações de carga, objetivando o menor custo possível, porém, não esquecendo da necessidade de agilidade de entrega, para manter e/ou melhorar o nível de serviço proporcionado ao cliente. Faturamento dos pedidos e controle do *lead-time*. As entregas em Curitiba e Região Metropolitana devem ser efetuadas sempre no período seguinte a emissão do pedido. Ex.: pedidos emitidos até às 11:30 h serão entregues na tarde do mesmo dia, emitidos após esse horário, serão entregues na manhã do dia seguinte. Para o interior do Paraná e o Estado de Santa Catarina, os prazos de entrega estabelecidos são de 24 a 72 h, dependendo da localização e do número de entregas por veículo.
- Agendamento de dia e horário junto aos clientes, para a entrega de mercadorias.
- Liberação de *picking* ao encarregado do depósito, para as devidas providências.
- Informação ao Departamento de Transportes da necessidade diária de veículos para transferências de produto, e entrega aos clientes.
- Monitoramento de estoques: Verificação diária dos estoques existentes x carteira de pedidos (vide anexo 1), com o intuito de solicitar à unidade produtora a transferência das mercadorias ao CD, mantendo dessa forma o nível de estoque de segurança.

- Controle de estoques: Acompanhamento semanal dos estoques, com suas respectivas datas de fabricação e vencimento, efetuado através de planilha eletrônica (vide anexo 2). As saídas de produtos devem obedecer rigorosamente às datas de fabricação, ou seja, o método utilizado é o *First In First Out* (FIFO).
- Providenciar a retirada de produtos avariados em clientes. Essa retirada só é feita após a solicitação da Área Comercial, via autorização, em formulário específico. A autorização para a retirada de açúcar é denominado de Registro de Atendimento ao Cliente – RAC (vide anexo 3), e para o Café Autorização para Troca de Café - ATC (vide anexo 4).
- Informação à Área Comercial no que diz respeito à disponibilidade de estoques e prazos de validade do produto.
- Realização de Inventários: Periódicos referente produtos (vide anexo 5) e *pallets* (vide anexo 6), feitos pela própria equipe e o anual de produtos, exigido por lei, realizado com o acompanhamento de auditoria interna.

Para um bom desempenho logístico, além das rotinas apresentadas, é necessário que se mantenha estreitos laços e diálogos com várias áreas como, a comercial, de produção e marketing para possibilitar o planejamento logístico, considerando as previsões de vendas, disponibilidade de produtos, possíveis ações promocionais etc. Essa articulação entre as áreas é fundamental na busca de melhorias e bom atendimento aos clientes.

5.10 SISTEMA

O sistema utilizado como ferramenta de trabalho pelas empresas envolvidas na operação é o SAP (*Systemanalyse and Programmentwicklung* - Sistemas, Aplicações e Produtos para Processamento de Dados). O SAP é um Sistema de Gestão Empresarial que abrange vários módulos. No caso das empresas em referência, o sistema permite a integração dos departamentos de vendas, distribuição, materiais, produção, contabilidade, financeiro, recursos humanos, manutenção de máquinas, controle de qualidade e produção na indústria, proporcionando informações *on line* e *real time*. Possui também o módulo que “liga”

os clientes com a empresa, permitindo assim que clientes “especiais” façam seus pedidos via sistema *on line*, pedidos estes, denominados de EDI - *Eletronic Data Interchange*.

Apesar de ser uma ferramenta de trabalho altamente eficiente e possuir um sistema de informações totalmente seguro e em *real time*, se faz necessário à utilização de alguns controles em planilhas eletrônicas e editores de texto.

5.11 IDENTIFICAÇÃO DAS DIFICULDADES

No acompanhamento do processo de distribuição de produtos, foi possível observar algumas dificuldades enfrentadas pelos funcionários no cumprimento de suas tarefas diárias, conforme relacionado abaixo.

- Formação de carga para distribuição em clientes: essa dificuldade está relacionada basicamente com a quantidade de compra por cliente, localização e prazos de entrega. Para exemplificar: nem sempre coincide que os clientes que comprem quantidades inferiores à capacidade dos veículos sejam da mesma região e, em função dos prazos estabelecidos para entrega serem curtos, muitas vezes há a necessidade de se enviar veículos a longa distância, carregados com peso inferior a sua capacidade, o que, aumenta significativamente o custo de transporte.
- Demora no recebimento por parte dos clientes: essa demora se dá em função dos clientes priorizarem a descarga de veículos próprios e produtos perecíveis.
- Compras de pequenos volumes: alguns clientes de médio/pequeno porte compram quantidades mínimas, diariamente, o que eleva significativamente o custo de transporte, não só em função do combustível, como também, pelo tempo disponibilizado para o atendimento de um único cliente.
- Clientes que exigem cargas exclusivas, ou seja, mesmo comprando quantidade inferior à capacidade do veículo não admitem, que para completar a carga, sejam carregados produtos que serão entregues em outros clientes.

- Concentração de vendas nos últimos dias do mês: o que gera necessidade de horas extras dos funcionários e, eventualmente, a dificuldade em disponibilizar veículos suficientes que venham atender a demanda.

5.12 SUGESTÕES

Após análise de todos os problemas e dificuldades encontrados na execução das atividades logísticas da empresa, observa-se que todas contribuem para a dificuldade em manter o nível de serviço e a otimização dos custos.

Com o objetivo de buscar melhorias, sugere-se algumas ações para solucionar ou minimizar as dificuldades identificadas no setor.

- Para facilitar a formação de carga, uma das alternativas seria identificar outras empresas com necessidades de um operador logístico. Dessa forma, com o incremento da carteira de vendas e a formação de um *mix* maior de produtos, a formação de carga não dependeria somente das vendas de café e açúcar. Logicamente, não esquecendo da necessidade de serem produtos compatíveis, pois, não podemos esquecer que estamos tratando de produtos alimentícios. Nesse momento, torna-se oportuno observar que o álcool exige carga exclusiva, não podendo ser transportado juntamente com outros produtos. Ele deve ser tratado como produto perigoso que obedece às normas específicas de armazenagem, transporte e manuseio.
- Para reduzir o tempo de entrega nos clientes, uma alternativa seria envolver as áreas responsáveis para a negociação de uma “janela de entrega” com os principais clientes. As grandes redes trabalham com níveis de estoques mínimos, e isso faz com que tenham necessidade de recebimento de alguns produtos, diariamente, ou no máximo, a cada dois dias. Para otimizar os recebimentos e beneficiar seus principais fornecedores (Copersucar e Sara Lee fazem parte desse privilégio, em diversos clientes), os clientes criaram um procedimento denominado de “janela de recebimento”, que consiste em, o fornecedor negociar e definir com seu cliente, dias e horário de entrega, com esse facilitador, exclui-se a necessidade de prévio agendamento de entrega e espera para a descarga de veículos, que eventualmente tenham chegado primeiro.

- O volume de compra por pedido depende do vendedor e comprador. Sendo assim, negociar com a área comercial e logística, tanto do cliente como do fornecedor, o aumento da quantidade por pedido. Propor que as necessidades do cliente sejam supridas, com no máximo duas entregas semanais.
- Para os clientes que desejam carga exclusiva, propor à área comercial que as negociações com esses clientes sejam feitas considerando a necessidade de carga completa, uma vez que os clientes com essas exigências têm perfil para compras até mesmo acima da capacidade dos veículos disponibilizados pela transportadora.
- Para a questão das horas extras, uma das alternativas seria utilização do sistema de banco de horas. Quanto ao cumprimento da demanda no final do mês, a solução seria negociar com as áreas responsáveis, a possibilidade de abastecimento do CD na 1ª quinzena do mês, o que disponibilizaria um maior número de veículos para a distribuição a clientes, nesse período.

6 RECOMENDAÇÕES

Analisando todo o processo, observa-se que os problemas identificados estão concentrados em poucas áreas das empresas envolvidas e, em um nível considerado de pequeno a médio grau de dificuldade, ou seja, possivelmente, para se alcançar às soluções não serão necessários grandes desgastes de ordem emocional e de relacionamento com as áreas envolvidas.

Dentro disso, acredita-se que a solução seria buscar as alternativas sugeridas, junto às áreas da empresa e com os clientes, a fim de minimizar as dificuldades enfrentadas.

Dentro dos problemas identificados, a área que poderia dar um melhor suporte seria a área comercial, uma vez que as dificuldades, em sua grande maioria, estão relacionadas com a logística de recebimento dos clientes e com as negociações de vendas.

Apesar de a Robertrans já estar atuando na área de logística, deveria concentrar seus esforços para investir mais nesta área. Atualmente, investir em logística é uma estratégia na qual as empresas de transportes de carga do Brasil estão apostando para enfrentar as novas tendências do mercado. Somente aqueles que tiverem uma visão abrangente em relação à logística e que souberem aproveitar as oportunidades que o mercado oferece, é que serão capazes de vencer este desafio de que tanto tem se falado, a melhoria contínua do nível de serviço oferecido, proporcionando a satisfação do cliente.

7 CONCLUSÃO

Conforme diversas fontes, a logística é um mercado com grande potencial, os operadores logísticos vêm ganhando cada vez mais espaço dentro das empresas e as novas tendências globais favorecem ainda mais o crescimento desse mercado, bem como sua popularização.

A logística desempenha papel fundamental em todas as organizações, quanto ao serviço de distribuição física, o mercado indica que as maiores preocupações residem naquelas dimensões básicas, quais sejam: disponibilidade de produto, consistência, frequência de entrega, informações sobre o andamento dos pedidos e canal para reclamações.

Uma distribuição eficiente, rápida, rigorosamente em datas pré-acertadas pode permitir gestões de estoques econômicos com consideráveis vantagens comerciais.

Não encontrando a marca ou embalagem de sua preferência, o consumidor procura outra (infieis; maioria). Outros esperam até nova compra ou entram em outra loja (fieis; minoria).

O prejuízo da falta de estoque ou distribuição aumenta proporcionalmente em relação ao nível de fidelidade do consumidor.

O prejuízo também aumenta na medida em que a escolha de produto é por impulso.

Cada vez mais, as empresas estão reconhecendo que oferecer um melhor serviço para o consumidor, com os devidos custos de distribuição, requer um trabalho em equipe. Os diversos departamentos funcionais da empresa, principalmente a gestão de vendas, devem trabalhar de forma integrada, buscando um mesmo objetivo. A empresa deve também integrar seu sistema logístico ao sistema de seus fornecedores e clientes, a fim de maximizar o desempenho de todo o seu sistema de distribuição.

8 GLOSSÁRIO DE TERMOS DE USO NA LOGÍSTICA EMPRESARIAL

Este glossário apresenta um conjunto de termos gerais relevantes, de uso corrente na Logística Empresarial. Os termos e siglas em inglês são incluídos em virtude de serem de uso comum no mercado brasileiro e sempre que possível são acompanhados do equivalente em Português.

Administração da Cadeia de Abastecimento (*Supply Chain Management*)

É a abordagem que visa oferecer o máximo valor ao cliente e o máximo retorno sobre o ativo fixo, através da gestão efetiva dos fluxos de materiais, produtos, informações e recursos financeiros, de extremo a extremo da cadeia, desde as fontes de suprimento até o consumidor final.

É a integração dos membros da cadeia, sem verticalização, mas com a focalização de cada empresa em seu negócio principal.

Administração de Categorias (*Category Management*)

É a técnica de gestão de categorias de produtos como centros de resultados, de forma a garantir que todas as categorias contribuam com margens de lucro positivas. Isto minimiza a possibilidade de algumas categorias de produtos serem subsidiadas por outras.

Administração de Materiais (*Inbound Logistics*)

Segmento da logística empresarial, também chamada logística de entrada, que corresponde ao conjunto de operações relativas ao fluxo de materiais e informações desde a fonte das matérias primas até a entrada da fábrica. É, portanto, a logística dos insumos de uma empresa.

Administração por Funções

A administração por funções agrupa cargos pelas habilidades necessárias ao desenvolvimento das atividades e pelo desejo de controlar e minimizar riscos.

Administração por Processos (*Process Management*)

A administração por processos agrupa cargos em torno de um fluxo de atividades que visa atender às necessidades dos clientes.

Armazém

Área destinada à guarda de materiais em geral.

Armazém Geral ou Armazém Público

Armazém operado por terceiro que presta serviços a clientes do mercado.

Armazém Privado

Armazém operado por uma empresa, ou por um terceiro, para seus próprios produtos.

***Business-to-business* (B2B - Empresa-a-empresa)**

Transações comerciais realizadas através de redes públicas ou privadas, incluindo negócios públicos ou privados que utilizam a Internet como veículo. Essas transações incluem transferências financeiras, intercâmbios *on-line*, leilões, entrega de produtos e serviços, atividades de cadeias de abastecimento e redes integradas de negócios.

***Business-to-consumer* (B2C - Empresa-a-consumidor)**

O comércio eletrônico B2C é caracterizado por vendas ao consumidor através de sítios (*sites*) e portais na Internet.

Cadeia de Abastecimento (*Supply Chain*)

A cadeia de abastecimento (*supply chain*) é constituída pelo conjunto de organizações que se inter-relacionam, criando valor na forma de produtos e serviços, desde os fornecedores de matéria prima até o consumidor final.

Carga a granel

Carga homogênea não embalada.

Carga containerizada

Carga geral acondicionada (unitizada) em contêineres intermodais.

Carga fracionada

Carga geral solta.

Carga paletizada

Carga geral acondicionada (unitizada) em paletes.

Centro de Distribuição (CD)

Centro de distribuição (CD) é um armazém que tem por missão realizar a gestão dos estoques de mercadorias na distribuição física.

As atividades englobam recepção, expedição, manuseio e armazenagem de mercadorias, administração de informações, emissão de notas fiscais, conhecimentos de transporte e outros documentos e, em alguns casos, agregação

de valor intrínseco (físico) como a colocação de embalagens e rótulos e a preparação de *kits* comerciais (compre dois e leve três, por exemplo).

CKD - *Completely Knocked Down* - Completamente Desmontado

Sigla utilizada quando um produto é transportado desmontado. O conceito foi criado na indústria automobilística, para o caso da exportação de veículos completos na condição CKD, para montagem no destino. Hoje se utiliza o conceito CKD para outros tipos de produtos como fogões, por exemplo.

Código de Barras (*Bar Code*)

Método de codificação de dados alfanuméricos para leitura ótica rápida e precisa. Os códigos de barra são constituídos por uma seqüência de barras e espaços.

Coletor

Leitora ótica (*scanner* em inglês) de códigos de barras utilizada para o reconhecimento de volumes em centros de distribuição.

Em conjunto com um Sistema de Rádio Frequência e um Sistema de Administração de Armazéns constitui-se numa das principais ferramentas para operações de alta velocidade em centros de distribuição.

Conhecimento de Transporte

Documento emitido pelo transportador, que confirma o recebimento das mercadorias a transportar e constitui o contrato de transporte entre o embarcador e o transportador, para os diversos modais de transporte, a saber: Aéreo (*AWB – Airway Bill*), Ferroviário, Marítimo (*BL – Bill of Lading*) e Rodoviário.

Consignatário

Parte que recebe a carga, conforme mencionado no conhecimento de transporte.

Consolidação

Agrupamento de várias remessas pequenas numa remessa maior, para facilitar o manuseio e reduzir taxas.

Contêiner intermodal

Equipamento de transporte, com dimensões padronizadas, utilizado para unitizar carga geral, granéis sólidos e líquidos.

Cross Docking

O *cross-docking* é um sistema no qual os bens entram e saem de um centro de distribuição (CD), sem ali serem armazenados. Permite aumentar o giro dos estoques. Pode englobar recebimento, separação, roteirização e despacho de produtos num mínimo intervalo de tempo, podendo envolver, em alguns casos, atividades que agregam valor físico como etiquetagem e re-embalagem.

Curva de Pareto (Classificação ABC)

No final do século XIX, o italiano Vilfredo Pareto notou que a maioria da riqueza dos países é controlada por uma minoria de pessoas. Posteriormente verificou-se que esse mesmo princípio aplica-se a diversos aspectos da atividade empresarial e passou a ser conhecido como Curva de Pareto, Curva 80-20 ou Curva ABC.

A Curva de Pareto é utilizada para classificar em A, B e C:

- Insumos na Administração de Materiais:

<u>Categoria</u>	<u>% das compras</u>	<u>% dos custos</u>
A	10	70 a 80
B	10 a 20	10 a 15
C	70 a 80	10 a 20

- Clientes de uma empresa pela lucratividade que cada um proporciona;
- Produtos de uma empresa pela lucratividade que cada um proporciona.

Distribuição

Segmento da logística empresarial que corresponde ao conjunto das operações associadas à transferência de bens desde o local de sua produção até o local designado no destino e ao fluxo de informações associado.

A distribuição física deve garantir que os bens cheguem ao destino em boas condições comerciais, oportunamente e a preços competitivos.

Embarcador

Parte que embarca a carga, conforme mencionado no conhecimento de transporte.

Equipamentos de Armazenagem

São equipamentos utilizados para a armazenagem de materiais em armazéns e centros de distribuição, podendo ser:

- Prateleiras – para a armazenagem de caixas, sacarias e unidades pequenas;
- Porta paletes – para a armazenagem de paletes, constando de duas vigas horizontais onde se apóia o palete;

- Porta paletes *drive in e drive through* – porta paletes com vários níveis projetados para armazenagem concentrada de paletes. Utilizado para a armazenagem de diversos paletes com um mesmo lote de mercadorias;
- Porta paletes dinâmicos (*flow rack*) – porta paletes com roletes e com inclinação, que permitem que paletes introduzidos numa extremidade fluam para a outra extremidade por gravidade. Automatizam a prática do FIFO;
- Porta paletes *push back* – porta paletes com roletes e inclinados para frente, no qual podem ser armazenados dois a três paletes na profundidade. Os paletes são empurrados pela frente até que as três posições estejam cheias. Quando se retira o primeiro palete, os demais correm para a frente por gravidade;
- Sistemas para armazenagem dinâmica para caixas (*case flow rack*) – semelhantes aos porta paletes dinâmicos, mas adequados a caixas e cestas.

Estoque Administrado pelo Fornecedor (*VMI – Vendor Managed Inventory*)

Parceria em que o fornecedor repõe os estoques do cliente com base nos níveis de estoque informados pelo próprio cliente por via eletrônica (EDI, Internet ou outros meios). O cliente participa somente com a informação sobre seus níveis de estoque e, preferencialmente, de maneira automática de forma que seus custos de controle de estoques e pedido são reduzidos a um mínimo.

O VMI permite:

fiA redução dos custos para cliente e fornecedor;

- A redução dos níveis de estoque;
- A melhoria dos níveis de serviço ao cliente pela redução das faltas;
- A melhoria do planejamento da produção do fornecedor, pela visibilidade que o mesmo adquire da variação dos estoques do cliente;
- A minimização dos erros de entrada de dados em virtude da comunicação computador-a-computador;

- A formação de uma parceria genuína entre cliente e fornecedor.

FEFO (*first to expire first-out*)

Sistema de controle de estoques em que o material que vence primeiro deve ser utilizado primeiro.

FIFO (*first-in first-out*)

Sistema de controle de estoques em que o material que entra primeiro deve ser utilizado primeiro.

FILO (*first-in last-out*)

Sistema de controle de estoques em que o material que entra primeiro deve ser utilizado por último.

Incoterms

Os Incoterms, desenvolvidos pela Câmara Internacional de Comércio, são regras internacionais, uniformes e imparciais, que constituem 13 formas acabadas de realizar uma transação internacional e que, quando agregadas a um contrato internacional de venda passam a ter força legal, com significado jurídico preciso.

Intercâmbio Eletrônico de Dados (*EDI – Electronic Data Interchange*)

O Intercâmbio Eletrônico de Dados é a troca de documentos padronizados entre parceiros de uma cadeia de abastecimento ou entre unidades fisicamente separadas de uma mesma empresa. Associado ao uso do código de barras, leitoras óticas e sistemas de informação, constitui a base sobre a qual são implantadas as ferramentas que viabilizam o ECR.

JIT – *Just-in-Time*

Just-in-time (JIT) é uma sistemática de gestão de estoques em que os componentes, as matérias primas e mercadorias em geral chegam ao local de destino exatamente quando necessários. Os objetivos do sistema JIT são prover o material correto, no local correto e no momento correto.

Kanban

O sistema kanban (cartão ou registro visível em japonês) utiliza cartões para controlar e programar a produção e o uso de estoques. Os cartões, de papel ou plástico, têm a função de sinalizar a autorização para alguma atividade de produção ou de reposição de estoque.

Há vários tipos de cartões utilizados no kanban:

- Cartões que autorizam produção;
- Cartões que autorizam fornecimento;
- Cartões que autorizam movimentação de estoques de uma posição para outra.

Além disso, os cartões podem ter cores diferentes para indicar a prioridade da operação (normal, moderada e alta).

OTM – Operador de Transporte Multimodal

Qualquer pessoa jurídica, transportador ou não, que celebre um contrato de transporte multimodal e atue como principal, e não como agente assumindo a responsabilidade pela execução do transporte porta-a-porta frente ao contratante.

Palete (*Pallet*)

Conjunto formado por um estrado e pela carga geral fracionada unitizada sobre o mesmo. Pode ter peso de até 2.000 Kg.

O estrado pode ser formado por dois planos separados por vigas, ou uma base única sustentada por pés, cuja altura é reduzida ao mínimo compatível com o seu manuseio por empilhadeiras, paleteiras ou outros sistemas de movimentação. Pode ser construído de madeira, plástico, metais, papelão, ou combinações desses materiais. Pode ter dimensões variadas.

PDV – Ponto-de-Venda (POS – *Point of Sale*)

É o termo utilizado para indicar cada caixa de uma loja, onde é utilizado o scanner para a leitura do código de barras de identificação de produtos.

Personalizar (Customizar)

Adequar um serviço ou produto especificamente para um cliente, de acordo com suas necessidades.

***Postponement* - Retardamento na Finalização de um Produto**

O *postponement* é uma estratégia de produção que procura retardar, até o último momento possível, a caracterização final de produtos manufaturados e/ou serviços, com o objetivo de facilitar a redução dos estoques e incrementar a capacidade de personalização do que é oferecido no mercado.

Princípio de Pareto

Vilfredo Pareto observou que a maioria da riqueza dos países é controlada por uma minoria.

O princípio baseado nessa observação aplica-se a muitas situações empresariais e diz que dentre todos os fatores que, em conjunto, contribuem para um efeito, um número reduzido dos mesmos representa a maior parte do efeito causado coletivamente. (Regra 80% - 20 %).

Exemplos:

- Se uma empresa possui 100 clientes, cerca de 20% deles serão responsáveis por cerca de 80% dos lucros da empresa;
- Cerca de 20% dos materiais (insumos) adquiridos por uma empresa correspondem a cerca de 80% do custo total dos insumos.

Rádio frequência (RF)

Sistema utilizado para a comunicação em tempo real, via rádio, entre o sistema de administração de armazéns e os coletores (*scanners*), num centro de distribuição (CD).

Reposição Contínua (CR – *Continuous Replenishment*)

A Reposição Contínua, uma forma de VMI para o varejo supermercadista, é uma ferramenta que tem por finalidade repor os produtos na gôndola de forma rápida e adequada à demanda, com os objetivos de *minimizar estoques e faltas*.

Resposta Eficiente ao Consumidor (ECR – *Efficient Consumer Response*)

Um modelo estratégico de negócios, no qual fornecedores e varejistas trabalham de forma integrada, visando melhorar a eficiência da cadeia logística, de forma a entregar maior valor ao consumidor final.

Separação de pedidos

O atendimento a pedidos de clientes, a partir de um centro de distribuição (CD), é feito por separação (*picking* em inglês) do conjunto de produtos contidos no pedido, podendo ser:

- Separação de caixas ou paletes fechados, por separação direta ao longo do CD;
- Separação de unidades de produtos, por separação direta ou em linha de produção.

Quando a separação é seguida de embalagem dos produtos utiliza-se, em inglês, a expressão *pick pack*.

Shelf life

Tempo de validade ou de vida útil de um produto.

Sistema de Administração de Armazéns (WMS – *Warehouse Management System*)

Sistemas de administração de armazéns são *softwares* aplicados à gestão de áreas de armazenagem, no que tange ao controle de entrada e saída de materiais, endereçamento, realização do FIFO e do FEFO, controle de estoque, formação de cargas para expedição (*picking*), etc.

SKU – *Stock Keeping Unit*

Representa a unidade para a qual informações de venda e de gestão de estoque são mantidas. Pode ser uma unidade de consumo de um produto ou uma caixa coletiva com diversas unidades do mesmo.

Uma caixa coletiva com 20 unidades de um determinado item (sabonete de um dado tamanho e dado perfume, por exemplo) constitui um SKU, enquanto outra caixa com 40 unidades da mesma unidade de consumo representa um outro SKU.

Transporte Combinado

Refere-se ao transporte de um veículo de transporte por outro (*piggy back*), como por exemplo, uma carreta transportada por um vagão ferroviário ou por um *ferryboat*.

Transporte Intermodal

É o transporte realizado através de dois ou mais modais de transporte de forma eficiente, com mínimas resistências ao movimento contínuo de bens e equipamentos de transporte, desde a origem até o destino.

A prática da intermodalidade pressupõe a existência de interfaces (terminais, portos, aeroportos, armazéns e aduanas) tão eficientes quanto os modais aos quais atendem.

Transporte Multimodal

É um conceito institucional que envolve a movimentação de bens por dois ou mais modais de transporte, sob um único conhecimento de transporte, o qual é emitido por um Operador de Transporte Multimodal – OTM.

O OTM deve assumir, frente ao embarcador, total responsabilidade pela operação, desde a origem até o destino, como um transportador principal e não como um agente.

Unitização

É a conversão de diversas unidades de carga fracionada numa única unidade, para fins de movimentação e armazenagem.

A unitização pode ser realizada por meio de contêineres intermodais, paletes ou caixas coletivas.

VMI – *Vendor Managed Inventory* (Estoque Administrado pelo Fornecedor)

Sistema de parceria em que o fornecedor, por iniciativa própria, repõe os estoques do cliente com base em informações de estoque obtidas via EDI ou por outros meios. A adoção desta prática pressupõe um acordo entre as partes no que se refere aos limites superior e inferior dos estoques do cliente e sobre procedimentos de entrega e faturamento.

9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMERICAN Marketing Association. Disponível em: <<http://www.ama-pdx.org>> Acesso em 12 jun. 2004.

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1993.

BUSKIRK, R. H.; STANTON, W. J. **Administração de Vendas**. Rio de Janeiro: Guanabara Dois, 1984.

COBRA, M. **Administração de Vendas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

FREITAS, S. N.; NATALI, M. **Merchandising na Prática**. 2. ed. São Paulo: STS Publicações e Serviços, 1998.

GRECCO, C. **Gerência de Vendas**. 3. ed. São Paulo: Ibrasa, 1987.

GRUPO Copersucar. Disponível em: <<http://www.ciauniao.com.br/>> Acesso em: 11 jun. 2004.

KOTLER, P. **Marketing Para o Século XXI**. São Paulo: Futura, 1999.

KOTLER, P.; ARMISTRONG, G. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1998.

OLIVEIRA D. Do açúcar à barra. **Dinheiro**, São Paulo, n. 297, 07 mar. 2003. p. 60 – 61.

SILVA, J. C. **Gerência de Vendas**: visão prática de um profissional. São Paulo: Atlas, 1986.

UELZE, R. **Logística Empresarial**. São Paulo: Pioneira, 1974.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Sistema de Bibliotecas. **Normas Para Apresentação de Documentos Científicos**: teses, dissertações, monografias e trabalhos acadêmicos, 2 v. Curitiba: Editora UFPR, 2000.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Sistema de Bibliotecas. **Normas Para Apresentação de Documentos Científicos**: referências, 6 v. Curitiba: Editora UFPR, 2000.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Sistema de Bibliotecas. **Normas Para Apresentação de Documentos Científicos**: redação e editoração, 8 v. Curitiba: Editora UFPR, 2000.

10 ANEXOS

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1 - ESTOQUES X CARTEIRAS	36
ANEXO 2 - CONTROLE DE ESTOQUES	37
ANEXO 3 - RAC - REGISTRO DE ATENDIMENTO A CLIENTES	38
ANEXO 4 - ATC - AUTORIZAÇÃO PARA TROCA DE CAFÉ	39
ANEXO 5 - INVENTÁRIO DE ESTOQUES	40
ANEXO 6 - INVENTÁRIO DE PALLETS	41

ANEXO 1 - ESTOQUES X CARTEIRA DE PEDIDOS

ESTOQUE DIÁRIO: 04.12.2003						
COD.	DESCRIÇÃO	UND.	EST.LIVRE	TRÂNSITO	CARTEIRA	SALDO (Kg)
REFINADO						
20	açúcar refinado UNAO 10X1	FRD	32.465		2.492	29.973
461	açúcar refinado UNIAO 5X5	FRD	8.457		2.746	5.711
411	açúcar refinado NEVE 10X1	FRD	5.589		36	5.553
413	açúcar refinado NEVE 5X5	FRD	2.588		162	2.426
441	açúcar refinado DUÇULA 10X1	FRD			634	-634
443	açúcar refinado DUÇULA 5X5	FRD			1.680	-1.680
11	SACHET UNIAO LIGHT 12X90	CX	20			20
12	SACHET UNIAO 12X180 GR	CX	25			25
25	ADOÇANTE DE MESA UNIAO LIGHT	FRD	298		3	295
26	SACHET ADOÇANTE MESA UNIAO LIGHT	FRD	207			207
Total:						505.945
DERIVADOS						
705	DOCÚCAR 10X1	FRD	554		36	518
450	DOCÚCAR 30 KG	FRD				0
715	GLAÇUCAR 20X500	FRD	289		25	264
570	SACHE COMUM	CX	452			452
16	ACUCAR PREMIUM CX 10X1KG	CX	109			109
18	TORROES DE AÇUCAR UNIAO 12X370GR	CX				0
29	AÇUCAR EM CUBOS UNIAO	CX	61		4	57
Total:						14.011
CRISTAL						
144	CRISTALÇUCAR 15X2kg	FRD	2.896		315	2.581
145	CRISTALÇUCAR 6X5kg	FRD	5.689			5.689
146	CRISTALÇUCAR 10X1kg	FRD	2.824		5	2.819
Total:						332.670
BARRAS DE CEREAIS						
940	BARRA DE CEREAL UNIAO MAÇA PASSAS PACK	CX				0
941	BARRA DE CEREAL UNIAO AVELA CHOCOLATE PACK	CX				0
942	BARRA DE CEREAL UNIAO MORANGO IOGURTE PACK	CX				0
943	BARRA DE CEREAL UNIAO AMEIXA DOCE DE LEITE PACK	CX				0
944	BARRA DE CEREAL UNIAO BANANA CHOCOLATE PACK	CX				0
945	BARRA DE CEREAL UNIAO MAÇA PASSAS DISPLAY	CX				0
946	BARRA DE CEREAL UNIAO AVELA CHOCOLATE DISPLAY	CX				0
947	BARRA DE CEREAL UNIAO MORANGO IOGURTE DISPLAY	CX				0
950	BARRA DE CEREAL UNIAO AMEIXA DOCE DE LEITE DISPLAY	CX				0
951	BARRA DE CEREAL UNIAO BANANA CHOCOLATE DISPLAY	CX				0
Total (Kg):						-
General (Tons):						853
% Sob Cap:						34,1

ANEXO 2 - CONTROLE DE ESTOQUES

Planilha atualizada dia 29/12/03

Café Vencido no CD - kg (semana)
Avarias e Vencido (Total) - kg

CD COLOMBO - PR
DATA: 13-set-04

PRODUTO CÓD.	VOLUME kg	Data de venciment o	Fabricação	Validade		Branca		Amarela		Vermelha		9 a ... dias - Devolução		Preço	Tipo	Descrição	Vencido	18-jan-05	
				Dias	Dias	Dias	Vol. (kg)	Dias	Vol. (kg)	Dias	Vol. (kg)	Dias	Vol. (kg)						Vol. (kg)
2902	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Grao 5 kg O PCT 5KG	0	0	
2902	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Grao 5 kg O PCT 5KG	0	0	
2902	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Grao 5 kg O PCT 5KG	0	0	
Subtotal		0,00					0,00				0,00		0,00						
2912	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Grao 5 kg O PCT 5KG	0	0	
2912	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Grao 5 kg O PCT 5KG	0	0	
2912	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Grao 5 kg O PCT 5KG	0	0	
Subtotal		0,00					0,00				0,00		0,00						
2932	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Grao 5 kg O PCT 5KG	0	0	
2932	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Grao 5 kg O PCT 5KG	0	0	
2932	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Grao 5 kg O PCT 5KG	0	0	
Subtotal		0,00					0,00				0,00		0,00						

PRODUTO CÓD.	VOLUME kg	Data de venciment o	Fabricação	Validade		Branca		Amarela		Vermelha		31 a ... dias - Devolução		Preço	Tipo	Descrição	Vencido	18-jan-05	
				Dias	Dias	Dias	Vol. (kg)	Dias	Vol. (kg)	Dias	Vol. (kg)	Dias	Vol. (kg)						Vol. (kg)
2900	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
2900	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
2900	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
2900	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
2900	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
Subtotal		0,00					0,00				0,00		0,00						
2901	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 500 G	0	0	
2901	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 500 G	0	0	
2901	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 500 G	0	0	
2901	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 500 G	0	0	
2901	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 500 G	0	0	
Subtotal		0,00					0,00				0,00		0,00						
2905	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
2905	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
2905	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
2905	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
2905	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
Subtotal		0,00					0,00				0,00		0,00						
2906	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 500 G	0	0	
2906	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 500 G	0	0	
2906	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 500 G	0	0	
2906	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 500 G	0	0	
2906	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 500 G	0	0	
Subtotal		0,00					0,00				0,00		0,00						
2910	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
2910	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
2910	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
2910	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
2910	1	kg	00-jan-00	0	0								0	0		Almofada PCT 250 G	0	0	
Subtotal		0,00					0,00				0,00		0,00						

ANEXO 3 – RAC - REGISTRO DE ATENDIMENTO A CLIENTES

REGISTRO DE ATENDIMENTO A CLIENTES

COPERSUCAR 

Nº Registro:		Data :	
--------------	--	--------	--

Dados do Cliente

Razão Social / Código:			
		Município:	Est.
Fone:	Contato :	e-mail:	

Dados do Produto

Produto:	Embalagem:	Qtde. Reclamada:	Qtde. Remetida:
Unidade Emitente:		Nº Nota Fiscal / Data:	
Unidade Produtora	Prazo de Validade	Código Fabricação	

Histórico

Motivo:			
Nome e Sigla do Atendente:			Data:
Posição:			
Nome:	Área:	Data:	

Encaminhado para:

Nome e Sigla :	-Data :
----------------	---------

Avaliação Técnica - Qualidade

	Nome:
	Sigla:
	Data:
Classificação da Avaliação:	Código:

Considerações Adicionais:

--

**Anexar laudos técnicos, amostras e documentos que se fizerem necessários
IMPRESINDÍVEL a nota de remessa do produto**

Fl nº 40

ANEXO 5 - INVENTÁRIO DE ESTOQUES

ESTOQUE					
CAFÉ DP					
CÓDIGO	PRODUTO	UND	EST.LIVRE	TRÁNSITO	SALDO
2900	CAFÉ DO PONTO TRAD. TM 20X250	KG			
2901	CAFÉ DO PONTO TRAD. TM 10X500	KG			
2905	CAFE DP EXTRA FORTE TM FD 20X250 GR	KG			
2906	CAFE DP EXTRA FORTE TM FD 10X500 GR	KG			
2910	CAFÉ DP TIPO EXP TM FD 20X250	KG			
2911	CAFÉ DP TIPO EXP TM FD 10X500	KG			
2921	CAFÉ DP BRAZ.SANTOS PD TM CX 20X250	KG			
2923	CAFE DP BRAZ.STOS DESC TM CX 20X250 GR	KG			
2924	CAFE DP BRAZ.STOS DESC TG FD 4X250 GR	KG			
2926	CAFÉ ARALTO TM VP 20X500 GR	KG			
2927	CAFÉ ARALTO TM VP 20X250 GR	KG			
2989	CAFÉ ARALTO ORGÂNICO 20X250 GR	KG			
2929	CAFÉ ARALTO DESCAFEINADO 20X250 GR	KG			
2930	CAFÉ SELETO TRAD. TM 20X250	KG			
2931	CAFÉ SELETO TRAD. TM 10X500	KG			
2941	CAFE DP CAFETERIE TORR GR FD 5X1KG	KG			
2942	CAFÉ DP CAFETERIE TG CX 6X1	KG			
2943	CAFE DP CAFETERIE TM CX 20X500 GR	KG			
2944	CAFE DP BRAZ. SANTOS PD TM CX 20X500 GR	KG			
2946	CAFÉ DP TRAD. IDEAL PACK 20X500 GR	KG			
2947	CAFÉ DP EXPORT. IDEAL PACK 20X500 GR	KG			
2948	CAFÉ DP EXTRA FORTE IDEAL PACK 20X500 GR	KG			
2950	CAFÉ DP AROM CREME IRL TM CX 10X100	KG			
2951	CAFÉ DP AROM AMEND TM CX 10X100	KG			
2952	CAFÉ DP AROM CHOC/TRUF TM CX 10X101	KG			
2963	CAFÉ DP EXP AROM C. IRL TORR-MOI POTE 2	KG			
Solúvel					
2992	CAFÉ DP SOLUV GRAN TRAD CX 12X100	UNIDADES			
2993	CAFÉ DP SOLUV GRAN DESCAF CX 12X101	UNIDADES			
Filtros					
3000	FILTRO DE PAPEL 100 CAFE PONTO 40X40 UN	UND			
3001	FILTRO DE PAPEL 102 CAFE PONTO 40X40 UN	UND			
3002	FILTRO DE PAPEL 103 CAFE PONTO 40X40 UN	UND			
3003	FILTRO DE PAPEL N.04 CAFE PONTO 40X40 UN	UND			
3005	FILTRO DE PAPEL 102 SHRINK CAFE PONTO 4	UND			
3006	FILTRO DE PAPEL 103 SHRINK CAFÉ PONTO 4	UND			
3020	FILTRO PILÃO 102 40X40	UNIDADES			
3021	FILTRO PILÃO 103 40X40	UNIDADES			
3022	FILTRO DE PAPEL 103 SHRINK PILÃO 40X40	UNIDADES			
3023	FILTRO DE PAPEL 102 SHRINK UNIÃO 40X40	UNIDADES			
3024	FILTRO DE PAPEL 102 SHRINK PILÃO 40X40	UNIDADES			
3025	FILTRO UNIÃO 102 40X40	UNIDADES			
3026	FILTRO UNIÃO 103 40X40	UNIDADES			
3027	FILTRO DE PAPEL 103 SHRINK UNIÃO 40X40	UNIDADES			
COHABEM					
8093	ADAPTADOR PARA GARRAFA TERMICA	UND			
8098	SUPORTE COM ALÇA P/ COADOR DE PAPEL 1	PC			
8099	SUPORTE COM ALÇA P/ COADOR DE PAPEL 1	PC			
					Total (kg)
Café CPC					
1091	CAFÉ CABOCLLO VP 20X500	CX			
1246	CAFÉ CABOCLLO VP 20X250	CX			
1135	CAFÉ PILÃO VP 20X500	CX			
1263	CAFÉ PILÃO VP 20X250	CX			
2424	CAFÉ ARO VP 20X500	CX			
2535	CAFÉ ARO VP 20X250	CX			
1092	CAFE UNIÃO SINGLE WALL 20X500g	CX			
1093	CAFE UNIÃO SINGLE WALL 20X250g	CX			
1125	CAFÉ UNIÃO EXPRESSO 10X1 KG	CX			
1147	CAFE CABOCLLO ALMOFADA 10X500 GR	FRD			
1120	CAFE CABOCLLO ALMOFADA FD 20X250 GR	CX			
Capuccino / Solúvel Pilão					
1186	CAPUCCINO PILAO DOLCE CREMA 24X200	UND			
1187	CAPUCCINO PILAO SABOR LEVEZA 12X140	UND			
1188	CAPUCCINO PILAO CIOLCO 12X200	UND			
1189	CAPUCCINO PILAO VARILA DREANS 12X200	UND			
1190	CAFÉ PILAO SOL. TRAD. 12X100	UND			
1191	CAFÉ PILAO SOL.DESC. 12X100	UND			
Café CPC					
1201	CAFE PILAO ALMOFADA FD 10X500 GR	FRD			
1198	CAFE PILAO ALMOFADA FD 20X250 GR	CX			
Café CPC					
1210	CAFÉ PILAO TORRAO GRAO EXPRES. 5X1 KG	KG			
1211	CAFÉ PILAO DESCAFEINADO 20X250 GR	KG			
1212	CAFÉ PILAO ORGANICO 20X250 GR	KG			

ANEXO 6 - INVENTÁRIO DE PALLETS

Inventário de Pallets - 00/00/2002

CD	Pallets	Vazios	C/ produto	Trânsito	Em clientes	C/ Transportadoras	Avariados ou em Reforma	Total
Piedade	PBR União							-
Móoca	PBR União							-
Limeira	PBR União							-
CD V Guilherme	PBR União							-
Sertãozinho	PBR União							-
Macatuba	PBR União							-
Colombo	PBR União							-
Canoas	PBR União							-
Recife	PBR União							-
Salvador	PBR União							-
Contagem	PBR União							-
Cito	PBR União							-
Anápolis	PBR União							-
Barueri	PBR União							-
Piracicaba	PBR União							-
Total	PBR União	-	-	-	-	-	-	-
Total Geral		-	-	-	-	-	-	-