

FACULDADE CATÓLICA DE ANÁPOLIS  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

ANNY CAROLINE ALMEIDA COUTO ANDRADE  
GABRIELA ODORICO MENDES PEREIRA

RELAÇÃO DE AVARIAS OCORRIDAS DURANTE O TRANSPORTE DE VINHOS DA  
EMPRESA ENOTECA BRASIL

ANÁPOLIS - GO

2018

ANNY CAROLINE ALMEIDA COUTO ANDRADE  
GABRIELA ODORICO MENDES PEREIRA

RELAÇÃO DE AVARIAS OCORRIDAS DURANTE O TRANSPORTE DE VINHOS DA  
EMPRESA ENOTECA BRASIL

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade Católica de Anápolis como requisito essencial para obtenção do título de Bacharel em Administração de Empresas, sob orientação da professora Esp. Thais Regina de Abreu Pereira Perdigão.

ANÁPOLIS - GO

2018

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

ANNY CAROLINE ALMEIDA COUTO ANDRADE  
GABRIELA ODORICO MENDES PEREIRA

RELAÇÃO DE AVARIAS OCORRIDAS DURANTE O TRANSPORTE DE VINHOS DA  
EMPRESA ENOTECA BRASIL

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade Católica de Anápolis como requisito essencial para obtenção do título de Bacharel em Administração de Empresas, sob orientação da professora Esp. Thais Regina de Abreu Pereira Perdigão.

Data da aprovação: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

### **BANCA EXAMINADORA**

---

**PROF. ESP. THAIS REGINA DE ABREU PEREIRA PERDIGÃO**

---

**PROF. MS. RAONI LUIZ OLMOS LOTTI**

---

**PROF. ESP. NEY GONÇALVES**

## RESUMO

Esta pesquisa apresenta uma análise sobre os processos da logística e distribuição dos produtos comercializados pela Enoteca Brasil, com levantamento dos sinistros ocorridos durante os procedimentos de transporte. Satisfação e fidelização do cliente, entregas realizadas dentro do prazo estabelecido e alguns elementos internos relacionados ao produto, como custo de frete e embalagens foram fatores levados em consideração para realizar este levantamento, uma vez que o surgimento de alguma ocorrência que atrapalhe o fluxo normal do transporte prejudica toda a cadeia envolvida na negociação. Assim sendo, torna-se necessária a exposição de pontos que devem ser ajustados para a diminuição dos casos de sinistros, principalmente por avarias. Foi realizado um estudo de caso para fazer todo o levantamento dos fatores relacionados aos sinistros. Para isso, foram feitas pesquisas dos dados registrados dos casos, além de terem sido estabelecidos contato com o processo de expedição e acompanhamento da comunicação entre as companhias de transporte e a empresa. Após todo o estudo, foi proposta a substituição das embalagens usadas para transporte por novas embalagens reforçadas, que oferecessem segurança ao produto transportado. Após testes com as novas embalagens, a quantidade de sinistros reduziu consideravelmente. Portanto, pode-se registrar que se o processo interno ocorrer de forma coerente e com constante acompanhamento das causas de problemas relacionados à logística a organização, tem uma maior chance de se envolver em procedimentos com um melhor retorno de sucesso e qualidade.

**Palavras-chave:** Produtos; Sinistros; Embalagem; Logística; Processos.

## **ABSTRACT**

This research presents an analysis about the logistics and distribution processes of the products sold by EnotecaBrasil, with a survey of the disorders that occur during the transportation procedures. Customer satisfaction and loyalty, deliveries made on time, following the established deadline and some internal elements related to the product, such as freight cost and packaging were important factors analyzed to make this survey, since the appearance of some occurrence that causes disturbs on the normal flow of the delivery affect all the chain involved in the negotiation. Therefore, was necessary to expose points that must be adjusted to reduce the number of claims, mainly due to damages. A case study was done to show the factors related to the claims. In order to do this, the data of the cases were researched, and the contact with the expedition process and monitoring the communication between the transport companies and EnotecaBrasil were established. After the entire study, it was proposed to replace the packaging used for transportation for a new one, stronger and more resistant, which would offer safety to the transported product. After testing the new packaging, the number of claims has considerably reduced. Therefore, it can be stated that if the internal process occurs consistently and with constant monitoring of the problems causes related to logistics, the trade in question has a greater chance of getting involved in procedures with a better return on success and quality.

**Keywords:** Products; Claims; Package; Packing; Logistics; Processes.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Caixa com capacidade para quatro garrafas com camada de plástico bolha no interior e encaixe -----	22
Figura 2 - Caixa com capacidade para quatro garrafas montada com garrafas revestidas de plástico bolha, calços e encaixe -----	22
Figura 3 - Layout externo da caixa com a parte frontal e lateral em visibilidade -----	23
Figura 4 - Layout externo da nova caixa com a parte frontal e lateral em visibilidade -----	23
Figura 5 - Modelo um, aberta com os separadores posicionados -----	24
Figura 6 - Garrafas revestidas com plástico bolha, posicionadas dentro da caixa -----	24
Figura 7 - Modelo dois, aberta com o revestimento especial posicionado -----	25
Figura 8 - Nota Fiscal 4433 avariada, com destino para o Rio de Janeiro/RJ -----	26
Figura 9 – Caixa com capacidade para seis unidades avariada -----	27
Figura 10 - Situações apontadas pela Azul Cargo que estavam contribuindo para a ocorrência das avarias -----	27

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	7
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b>	9
2.1 CONCEITOS DE LOGÍSTICA	9
2.1.1 A IMPORTÂNCIA DA LOGÍSTICA	10
2.1.2 LOGÍSTICA NO BRASIL	11
2.1.3 NÍVEL DE SERVIÇO	13
2.1.4 TIPOS DE LOGÍSTICA	15
2.1.5 PROCESSOS DE PLANEJAMENTO	16
2.1.6 PROCESSOS INTERNOS	17
2.1.7 E-COMMERCE E LOGÍSTICA	18
<b>3 METODOLOGIA</b>	20
<b>4 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA</b>	21
<b>5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS</b>	22
5.1 RELATÓRIO DE ANTIGAS EMBALAGENS	22
5.2 RELATÓRIO DE NOVAS EMBALAGENS	23
5.3 RELAÇÃO DE CIDADES/ESTADOS COM MAIOR NÚMERO DE AVARIAS	25
5.4 LEVANTAMENTO DE VOLUMES COM MAIS CASOS DE AVARIAS	26
5.5 TRANSPORTADORAS COM MAIS CASOS DE AVARIAS	27
5.6 PROCESSO INTERNO	28
5.7 PROCESSO EXTERNO	28
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	30
<b>REFERÊNCIAS</b>	31
<b>ANEXO</b>	32

## 1 INTRODUÇÃO

O tema deste trabalho “Relação de avarias ocorridas durante o transporte de vinhos da empresa Enoteca Brasil” foi desenvolvido através do estudo de caso onde se realizou o acompanhamento do processo e funcionamento da logística de distribuição da Enoteca Brasil.

A Enoteca Brasil enfrenta dificuldades junto a seus clientes devido aos casos de avarias ocorridas durante o processo de transporte e distribuição de seus vinhos. Partindo desta realidade, formula-se a seguinte problemática: Quais seriam as principais causas das avarias ocorridas com seus produtos?

A pesquisa foi realizada em uma empresa do ramo de e-commerce B2C em vinhos, todo estudo foi voltado em sua parte logística e todos os sinistros ocorridos durante o transporte como avarias e extravios. As avarias são um problema recorrente do transporte principalmente aéreo, trazendo prejuízo e desgaste a todos os envolvidos na negociação, empresa, transportadora e principalmente os clientes que são os maiores interessados em participar de um processo de compra livre de problemas e desgastes.

Necessariamente as encomendas são passadas por um fluxo de centros de distribuição, dependendo da cidade/estado em até três ou quatro deles, colaborando ainda mais para os casos de avaria, devido ao longo percurso e a passagem por várias mãos. Isso se aplica mais nos casos de cidades de interior que se faz necessários à passagem do produto por parceiros para a finalização das entregas, calculando assim uma ou até duas das paradas necessárias antes da finalização das entregas.

Uma série de medidas são tomadas para extinguir ou ao menos amenizar esses sinistros por avaria, é feito um reforço nas embalagens com calços internos, impedindo assim que as garrafas entrem em atrito, são colocados comunicados de frágil, cuidado, vidro, nas caixas e existe um acompanhamento de perto da empresa e da transportadora para garantir que a encomenda seja entregue com qualidade, tempo hábil e apto para consumo para os clientes.

O tempo hábil da entrega é acompanhado de perto uma vez que caso aja algum problema de avaria ou extravio consequentemente haverá um atraso significativo, até que seja tomada uma solução para o ocorrido. Geralmente são enviadas reposições do material danificado, o que não impede a insatisfação do cliente uma vez que o mesmo estava contando com um determinado prazo de entrega que não foi atendido.

A pesquisa foi realizada principalmente para mostrar a dificuldade enfrentada pela organização devido aos casos de avarias e apontar soluções cabíveis para tais casos. A situação apontada traz desconforto e constrangimento a toda a cadeia de vendas, especialmente aos compradores.

Dessa forma o objetivo geral consiste em identificar as principais causas das avarias ocorridas durante o transporte dos produtos da empresa Enoteca Brasil e propor soluções para minimizar as mesmas. E os objetivos específicos foram definidos como, identificar a relação de cidades/estados com maior número de avarias, realizar o levantamento de volumes com mais casos de avarias e detectar as transportadoras com mais casos de avarias durante o transporte.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

## 2.1 Conceitos de Logística

Segundo Paura (2012), o surgimento da logística não tem uma data exata. Sabe-se que se tratando de guerras algumas técnicas foram utilizadas, como nas tropas de Alexandre O Grande os mantimentos e munições eram distribuídos de forma perfeita e todo o processo era organizado de forma estratégica. Outro exemplo é a construção das pirâmides feitas com organização e planejamento, ou seja, a logística tem suas bases nas civilizações antigas e pode se notar que o processo logístico existe desde os primórdios da humanidade, presente de forma subjetiva sem ser percebido, mas existente.

O conflito que teve suas origens no final da década de 30 (Segunda Guerra Mundial) foi de essencial importância para o estudo da logística, isso porque tivemos o surgimento da logística como ciência, uma vez que a guerra necessitava não apenas de atitudes rápidas, como de mantimento no tempo necessário e lugar certo. É importante notar que os conceitos da logística já existiam, não foram descobertos ou inventados naquela época, sempre foram usados de forma subjetiva, sem serem percebidos como tal. A cada ano, os conceitos de técnicas e os de área foram sendo aprimorados e aperfeiçoados (PAURA, 2012).

Segundo Ballou (1999) citado por Paura (2012), logística é o processo de planejamento do fluxo de materiais, objetivando a entrega das necessidades na qualidade desejada no tempo certo, otimizando recursos e aumentando a qualidade nos serviços.

A logística se tornou um ponto estratégico dentro das empresas, há uma busca constante de uma forma para transportar com qualidade e ao mesmo tempo reduzir custos o que é uma situação de complicação, uma vez que, o processo logístico é um processo de alto custo e ao mesmo tempo escasso de qualidade e por se tratar de um processo que envolve redução de custo e, às vezes, até de investimento, os conceitos de logística têm um tom de importância maior entre as empresas (PAURA, 2012).

Segundo Rosa (2011), logística é definida como a colocação do produto certo, na quantidade certa, no lugar certo, no prazo certo, com a qualidade certa, com a documentação certa, ao custo certo, sendo produzido ao menor custo, da melhor forma, e deslocada mais rapidamente, agregando valor ao produto e dando resultados positivos aos acionistas e aos clientes. Tudo isso respeitando a integridade humana de empregados, de fornecedores e de clientes e a preservação do meio ambiente.

De acordo com Moura (2006), logística é o processo de gestão dos fluxos de produtos, de serviços e das informações associadas entre fornecedores e clientes ou vice-versa, levando aos clientes onde quer que estejam, os produtos e serviços que necessitam nas

melhores condições. O interesse da logística vai além do âmbito de interesse das organizações e é frequente a utilização deste termo em diversas situações da vida cotidiana.

A logística está envolvida com toda a organização do fluxo de materiais desde ao fornecedor até o consumidor final. O processo logístico envolve todas as funções dos departamentos de Compras, Planejamento e Controle de Produção, Distribuição e exigem um fluxo constante de informações e o atendimento as necessidades do cliente(FILHO, 2006).

### 2.1.1 A Importância da Logística

Quando se estuda as várias definições da logística, levando em consideração os vários cenários envolvidos, como econômico e político percebem-se elementos comuns, as necessidades são ilimitadas, ou seja, o ser humano tem a tendência de gastar mais do que ganha ou possui, os recursos são escassos e segundo Nogami e Passos (2016), se não houvesse escassez não haveria economia, há uma preocupação social e comportamental da economia devido à tensão entre os desejos e os meios para consegui-los, tudo é avaliável em dinheiro, assim tem preço e valor econômico. Abordando esse assunto pode-se fazer uma ligação entre a atualidade a logística e os vários âmbitos da economia.

De acordo com Paura (2012), o setor de logística pode ser considerado o coração estratégico das organizações. Muitas vezes há um grande investimento neste setor em infraestrutura e mão de obra, investimento esse que se bem aplicado, reverte muitos benefícios para a empresa e todos os processos envolvidos a ela. A logística vai muito além do setor empresarial, a população no geral está inteiramente envolvida em um processo logístico, como por exemplo, a organização da cidade no fluxo de transportes, a infraestrutura e as operações das vias públicas afetam diretamente na qualidade de vida dos cidadãos.

Hoje a utilização crescente de sistemas integrados de gestão (ERP) tem facilitado e favorece a introdução de modernas técnicas logísticas nas empresas. O ERP é um termo genérico para um conjunto de atividades executadas por um software multi-modular tendo o principal objetivo auxiliar as organizações a acompanhar as importantes fases do seu negócio, incluindo compra de materiais, desenvolvimento de produtos, manutenção de inventários, interação com fornecedores e clientes e acompanhamento de ordens de produção/serviços (FILHO, 2006).

De acordo com Novaes (2007), grande parte das atividades de distribuição é controlada, planejada e programada por meio de softwares que ajudam a preparar a

roteirização dos veículos, romaneios das entregas, controle dos pedidos, monitoramento das frotas e devoluções. Isso serve para gerenciar seguindo as tendências modernas.

A logística é vital para a economia, para as organizações e para os consumidores, por haver uma dispersão geográfica de clientes e fornecedores com a necessidade de compartilhar a oferta com a procura. Tem importância crítica para a sobrevivência humana e qualidade de vida dos indivíduos, sendo que está presente nos quatro cantos do mundo disponibilizando os produtos e serviços que as organizações e consumidores necessitam. Contudo sua importância nem sempre é valorizada salvo em situações quando ocorre algo errado como em casos que a entrega não foi feita de forma adequada e tantas outras situações envolvendo clientes (MOURA, 2006).

### 2.1.2 Logística no Brasil

De acordo com Paura (2012), Estados Unidos, Canadá e Europa são claros exemplos de países que se destacam em suas eficiências e estruturas operacionais. Nos Estados Unidos, todas as suas regiões são ligadas por infraestrutura logística. Isto significa dizer que qualquer tipo de mercadoria pode ser tranquilamente transportado de um estado a outro do país. Todas as regiões são atendidas por algum tipo de malha viária, o que torna a movimentação de mercadorias muito mais simples e barata, aumentando inclusive a qualidade de vida local e na Europa, acontece situação semelhante.

Ainda segundo Paura (2012), infelizmente no Brasil acontece ao contrário, temos uma malha viária extremamente ruim mesmo em pleno século XXI. E isso afeta a logística das empresas em todos os sentidos, pois vários fatores influenciam no preço do frete e área de atendimento, sendo assim fica caro operacionalizar o processo de distribuição em determinadas regiões. No que diz respeito ao quesito infraestrutura, a responsabilidade pela melhoria das vias é do poder público.

Conforme Novaes (2007), no Brasil é comum o vendedor prometer a entrega numa certa data e essa promessa não ser cumprida devido a deficiências no sistema de informação, nas operações do depósito ou no transporte e esse efeito negativo, afeta a imagem das empresas. Empresas com entrega rápida crescem de forma vertiginosa pelo oferecimento de serviços confiáveis, com prazos sendo respeitados e cumprimento assim do acordado com os clientes.

A estrutura organizacional é uma das limitações observadas nas empresas brasileiras quando se trata da evolução dos termos logísticos. A empresa precisa ter uma boa

comunicação para o processo logístico funcionar, talvez a alta gerência não dê ouvidos ao que o gerente de logística tenha a falar e assim esse indivíduo terá apenas um título no seu cartão de visitas. As empresas necessitam de ações de melhorias em suas atividades para aprimorar as questões internas e conseqüentemente refletir qualidade externamente (NOVAES, 2007).

Segundo Novaes (2007), não possuímos no Brasil sistemas de distribuição expressa com o nível de serviço observado nos Estados Unidos. No Brasil até o momento não dispomos de um serviço expresso de entregas que cubra todo o território nacional. O serviço expresso que possuímos é a empresa de Correios ECT intitulado Sedex, o prazo para entrega desse serviço pode variar dependendo dos locais de origem e destino, caso seja capitais de estados esse serviço se compromete a entregar as encomendas no dia seguinte, porém, não especifica qual horário ou período do dia isso ocorrerá. Em casos de interiores pode ser acrescentado mais dias para realizar a entrega e ainda em casos de entrega de interior para interior o prazo pode se estender ainda mais. Os Correios também oferecem outros tipos de serviços expressos, como Sedex VIP, Sedex10 e E-Sedex, este último específico para comércio eletrônico, sendo dividido em três modalidades que são o Standard, Prioritário e Express, cada um com suas características específicas.

De acordo com Novaes (2007), a estrutura organizacional e operacional dos Correios em comparação com os serviços de entrega norte-americanos e europeus tem um processo adequado para trabalhar com volumes relativamente pequenos. Sendo assim, em caso de ocorrer uma grande expansão da demanda no comércio eletrônico a estrutura atual do Correio irá precisar de uma ampla revisão especialmente na estrutura organizacional e no tratamento das informações.

No Brasil chamamos de lotação completa que é quando veículo é carregado totalmente com um lote de despacho e chamamos de carga fracionada que é quando a capacidade de um veículo é compartilhada com a carga de dois ou mais embarcadores e são operações com grande diferença. Muitos embarcadores utilizam o serviço de carga fracionada. Uma distinção importante para o transporte rodoviário está relacionada com a estrutura de propriedade o veículo, grande parte da frota brasileira é de propriedade de autônomos, sendo pessoas físicas que fazem serviços para embarcadores diversos e para empresas de transportes. Neste caso a predominância é para deslocamento de lotação completa, mas também são utilizados para o transporte de cargas fracionadas principalmente se referindo à distribuição urbana. No transporte rodoviário uma das grandes vantagens é o alcance de quase qualquer local do território nacional, excluindo apenas locais de difícil acesso sendo que não tem expressão econômica para operar com esse tipo de serviço (NOVAES, 2007).

Ainda segundo Novaes (2007), no Brasil os departamentos de transporte das indústrias e do outro lado às transportadoras e empresas comerciais estão acostumados a trabalhar com uma forma muito específica de deslocamento de cargas denominada transferência de produtos. Na distribuição física são comuns roteiros compartilhados por vários clientes, sendo que o veículo realiza várias entregas em uma única viagem.

### 2.1.3 Nível de Serviço

O nível de serviço pode ser definido como a qualidade na visão do cliente. Muitas vezes os clientes aceitam pagar um valor maior para ter um serviço logístico de qualidade. O nível de serviço determina também o estilo de mercado que cada organização deseja atuar, ou seja, tem um prazo de entrega longo, porém com um preço de frete barato ou um prazo de entrega curto e expresso, porém com o preço de frete elevado (ROSA, 2011).

Segundo Rosa (2011), o nível de serviço deve ser estabelecido em contrato antes de se iniciar qualquer atividade, principalmente as atividades logísticas. Portanto, a primeira informação contratual que deve ser estabelecida com o cliente é qual o nível de serviço que o cliente deseja comprar. O nível de serviço deve ser claro e mensurável de forma que não abra espaço para dúvidas, estando no ponto certo, ou seja, não existindo meio termo. Na forma correta, devem-se conter dados numéricos, estabelecendo datas, quantidades e horários conforme necessidade.

Conforme Alvarenga e Novais (2000), o nível de serviço é denominado como conjunto de variáveis que mostram o significado do desempenho do sistema logístico como, por exemplo, é comum às empresas medirem o nível de serviço através do prazo de entrega, percentual de avaria e número e tipo de reclamações. Quando desejamos aprimorar o nível de serviço é natural esperar custos mais elevados, ou seja, para melhorar o padrão é esperado obter acréscimo correspondente aos custos.

Um dos pontos básicos do planejamento de um sistema logístico é que as atividades que fazem parte das operações devem ser estruturadas de modo que atinjam determinado nível de serviço ao cliente estando ao menor custo possível. O nível de serviço é uma das variáveis do mix de marketing e o papel do sistema logístico é garantir que os níveis de serviço posicionados no mercado sejam alcançados. Quando as empresas não atingem os níveis de serviço determinados ocorrem um desbalanceamento no planejamento de marketing, ao mesmo tempo que ultrapassar os níveis de serviço estabelecidos pode ocasionar custos adicionais desnecessários para a empresa (FIGUEIREDO ET AL, 2009).

Conforme Alvarenga e Novaes (2000), a logística juntamente com o marketing dispõe de alguns componentes para atender a demanda, sendo os principais, pesquisa de mercado, distribuição, vendas e comunicação. A pesquisa busca identificar o desejo do consumidor final, levando em consideração o tipo, cor e preço do produto.

De acordo com Figueiredo et al (2009), uma das formas muito utilizadas e eficientes que fazem a medição do grau de satisfação com serviço prestado é a divisão em dois diferentes itens que é o serviço esperado e o serviço percebido pelo cliente. O serviço esperado é o nível de serviço que deixará o cliente satisfeito que também pode ser chamado de expectativa ou exigência de serviço e o serviço percebido é a avaliação que o cliente faz sobre o desempenho da empresa que lhe prestou o serviço.

Segundo Alvarenga e Novaes (2000), o marketing e a logística enfrentam conflitos principalmente na área de varejo, uma vez que a o marketing lida com problemas mais generalizados, ou seja, abstratos, já a logística enfrenta dificuldades concretas e que precisam de maior atenção, pois podem afetar estoques, frota e prazos de entrega. O ideal seria que marketing e logística andassem lado a lado com o intuito de resolver os conflitos gerados durante o processo.

Referente aos indicadores do nível de serviço relacionados à disponibilidade de produtos podem estar ligados a duas visões, que é a do cliente e a do produto em si. Na percepção do cliente o nível de serviço pode ser medido, já no ponto de vista dos produtos os indicadores estão relacionados à disponibilidade (FIGUEIREDO ET AL, 2009).

Segundo Spiller et al (2011), para que determinada empresa consiga solucionar tais problemas de forma a manter o cliente e a imagem da organização, algumas políticas internas devem estar bem definidas para serem colocadas em prática. O ressarcimento é fator essencial, e é o mínimo que o cliente espera, a política de ressarcimento gera uma segurança ao consumidor e uma relação de fidelidade para com a organização. O cliente é a pessoa mais importante do negócio é em torno dele que tudo acontece. É importante se preocupar em agir preventivamente.

O foco básico dos comércios é o consumidor final por isso é muito importante entender o que influencia na decisão e comportamento das pessoas, procurando decifrar o que está por trás dos mecanismos mentais e psicológicos e quais as necessidades e expectativas são relevantes para levar o consumidor a adquirir tal bem ou produto. A informação sobre o produto, como forma de uso, preço, vantagens, o produto em si, a posse deste produto no momento desejado com entrega no prazo desejado e acordado, o prazer pessoal no uso do produto, padrão de qualidade, pós-venda que gera confiança e parceria são elementos que

garantem o nível de serviço e a transformação do consumidor em cliente gerando assim uma continuidade de parceria e futuras compras (NOVAES, 2007).

Segundo Novaes (2007), não só adianta levar em consideração o produto, hoje se observa toda uma dinâmica por volta de tudo que está envolvido no processo. O marketing de um lado em o papel de fazer as campanhas publicitárias, pesquisas mercadológicas, contato com os consumidores e muitas outras funções e a logística tem um papel crucial nesse processo podendo ser de grande serventia se for bem equacionada ou podendo ser bastante prejudicial caso seja mal formulada. Isso acontece devido à logística ser o setor que dá condições práticas para que as metas definidas pelo setor de marketing sejam realizadas.

Ainda segundo Novaes (2007), é a logística que dá condições reais de garantir a posse do produto, por parte do consumidor no momento desejado. E o comportamento do consumidor em suas compras tende ser cada vez mais complexo, sendo assim a cada problema que vai surgindo exige soluções criativas eficazes.

#### 2.1.4 Tipos de Logística

A Logística de suprimentos tem como objetivo reduzir o tempo de fornecimento, buscando ter sempre que necessário o produto ao alcance, diminuindo o estoque da empresa e dessa forma tendo um custo baixo de estoque por produtos parados (CHING, 2010).

Para Alvarenga e Novaes (2000), a logística de suprimentos é responsável pela parte de planejamento, controle e disponibilidade de matéria-prima dentro de uma organização. A ela são associadas algumas atividades como: retirada, preparo para transporte e estocagem de cada matéria-prima, para serem manufaturados. Assim como na logística de distribuição, na logística de suprimentos são enfrentadas diversas dificuldades como, por exemplo, com transporte. Nessa área é necessário ser estrategista, principalmente quando se trata de fornecedor, um não é suficiente, pois se deve estar preparado para cancelamento, modalidade de transporte para cada produto, distância percorrida por cada tipo de transporte e etc.

Na distribuição é acordado como será realizado a comercialização, se no atacado quando realizadas vendas em lotes maiores, ou se em varejo e definir os locais de venda do produto. Segundo Alvarenga e Novaes (2000), as soluções para o sistema industrial são enxergadas de forma distinta pelos setores de marketing e logística. De acordo com o autor as perguntas abaixo devem ser aplicadas aos dois setores para concretizar essa definição:

- (a) Deve à indústria manter um depósito próprio ou deve trabalhar através de atacadista (terceiros)?
- (b) Deve estabelecer um Centro de Distribuição centralizado ou deve manter depósitos regionais?
- (c) Deve operar com frota própria, pintada nas cores da empresa com seu logotipo, ou deve utilizar caminhões de terceiros?
- (d) Que modos de transporte deve utilizar e em que circunstâncias: rodoviário, ferroviário, marítimo, aéreo? (ALVARENGA; NOVAES, 2000, p. 46).

Para sanar tais conflitos é preciso centralizar o problema e confrontar as duas partes interessadas, partindo sempre da meta que deseja alcançar, a fim de aperfeiçoar as equipes.

Segundo Figueiredo et al (2009), sempre é pensado na logística como um gerenciamento do fluxo de produtos de seu ponto de aquisição até seu ponto de consumo final, no entanto é importante saber que existe um fluxo logístico reverso, do ponto de consumo até o ponto de origem. Este fluxo reverso é comum para parte das empresas, pois englobam questões ambientais, concorrência e redução de custos. Por trás da logística reversa existe ainda um conceito mais amplo que é o ciclo de vida. A vida de um produto não termina com sua entrega ao cliente, sendo assim alguns produtos devem retornar ao seu ponto de origem para ser descartados, reparados ou reaproveitados de forma correta.

De acordo com Novaes (2007), a logística reversa é responsável pelo fluxo dos materiais que começam nos pontos de consumo dos produtos e finalizam nos pontos de origem, com o objetivo de recolocar valor ou disposição final. O processo reverso é formado por etapas características envolvendo intermediários, locais de armazenagens, locomoção e fatores financeiros.

#### 2.1.5 Processos de Planejamento

Segundo Bertaglia (2009), o planejamento oferece uma visão ampla de todo o processo da empresa, deixando claro quais são as limitações e recursos que compõe a cadeia. No planejamento da cadeia de abastecimento integrada, o objetivo primordial é oferecer uma visão clara de todo o processo, definindo metas e restrições de compras, produção e distribuição em uma determinada região com tempo predeterminado. Diversas empresas não conseguem atender o cliente com a qualidade e/ou no tempo determinado por não elaborar um plano detalhado. Um plano bem elaborado proporciona benefícios como, redução de custos, aumento de lucratividade, melhor uso da capacidade produtiva e dos ativos.

Ainda segundo Bertaglia (2009), a identificação das demandas e necessidades é o primeiro passo para se iniciar o processo de planejamento. Alguns fatores são fundamentais para que o processo implantado tenha êxito. Como por exemplo, estabelecer relações com fornecedores, buscando adquirir comprometimento na qualidade de níveis de serviços; classificar prioridades; revisar regularmente as etapas do plano verificando o atingimento e restabelecendo novas metas; possui uma política de estoque bem definida; usufruir da tecnologia de informação, a fim de ter uma troca eficaz e ágil para controle de demandas, necessidades e estoques disponíveis; aperfeiçoar o processo visando satisfazer o cliente; envolver a área de marketing e vendas para ter um maior rendimento e sucesso no processo final, entre outros.

#### 2.1.6 Processos Internos

Segundo Henrique<sup>1</sup>, a logística interna está associada às atividades como o recebimento, armazenagem e distribuição dos insumos para a produção ou uma redistribuição em caso de não fabricantes, tais atividades estão ligadas ao manuseio de material, controle de estoque da matéria-prima, partes e componentes, programação de ferramentas de movimentação, devolução a fornecedores, etc. A logística interna começa no momento em que a demanda é identificada e o pedido é confirmado, ela inclui toda a movimentação de materiais até o momento em que o produto ou serviço solicitado é entregue ao cliente e também inclui ações complementares, como devoluções, trocas, manutenção e monitoramento.

De acordo com Figueiredo et al (2009), o papel das informações no desempenho dos sistemas logísticos é entendido através do processamento dos pedidos e da análise dos ciclos desses pedidos, tendo por base o conceito de logística integrada, que parte do princípio de que o sistema logístico deve ser entendido como um instrumento operacional de marketing. Definindo uma política de canais de distribuição é criada uma missão sendo de responsabilidade da logística tornar essa política operacional. Os componentes básicos do sistema logístico são os processamentos dos pedidos e as informações, a armazenagem, o transporte, o estoque e a produção juntamente com o setor de compras.

---

<sup>1</sup>HENRIQUE, Luiz. Aulas TecLog de Introdução a Logística. Módulo 01. Páginas 35-52. Disponível em: <<https://tecllog.files.wordpress.com/2015/02/apostila-introduc3a7c3a3o-a-logc3adstica.pdf>>. Acesso em: 02 de outubro de 2017

O ciclo do pedido de compra segue três etapas, a primeira normalmente é a preparação do pedido, a segunda é a transmissão do pedido e a terceira é a entrada do pedido no sistema de processamento, após isso diversas decisões e verificações são efetuadas. Duas das principais verificações são a disponibilidade de estoque e a confirmação do crédito do cliente, após essa fase é vista a necessidade de se calcular uma data estimada de entrega com base na disponibilidade de estoque e confirmação de pedidos ainda pendentes, depois de feito esse processo pode ser realizada as atividades físicas de separação, embalagem e expedição do pedido com a sequência da programação do transporte e emissão da documentação legal, envolvida com o conhecimento da carga e o documento auxiliar da nota fiscal eletrônica (DANFE). O final do ciclo termina com a constatação da entrega da mercadoria ao cliente (FIGUEIREDO ET AL, 2009).

#### 2.1.7 E-commerce e Logística

Os principais elementos que diferenciam o comércio tradicional é o eletrônico são a comunicação, os dados, usando o serviço de gerenciamento de informação podendo assim criar e manter banco de dados necessários para transmitir informações aos clientes e segurança. As principais vantagens de se usar o meio eletrônico é a inserção instantânea no mercado, assim os produtos e serviços ficam imediatamente expostos, relações mais ágeis, redução de assimetria informacional, pois permite análise rápida e abrangente das ofertas, redução da burocracia e análise de mercado facilitada. Apesar das inúmeras vantagens do e-commerce alguns problemas podem ocorrer como fraudes, impostos, propriedade intelectual, confidencialidade violada por terceiros e confiança tanto por parte do vendedor quanto por parte do comprador uma vez que não se tem uma base física podendo assim gerar dúvidas e divergências (NOVAES, 2007).

No comércio eletrônico B2C o comprador é uma pessoa física que a partir do seu computador ou celular faz suas compras e buscas de produtos pela internet. Aqui os preços oscilam variando de acordo com a concorrência. Nesse tipo de negócio o cliente em potencial além de possuir a exigência por preço e qualidade da muita importância aos fatores logísticos, isso faz com que as empresas tenham uma organização adequada de infraestrutura logística, em termos de estoque e distribuição. Para entender a exigências logísticas do comprador associadas ao comércio eletrônico é crucial entender suas preferências, hábitos e restrições (NOVAES, 2007).

Ainda segundo Novaes (2007), os gerentes de logística estão sendo obrigados a implementar práticas operacionais no tipo de comércio B2C isso para atender as novas formas de demanda dos consumidores que não existiam a um tempo atrás. As expectativas dos consumidores comprando virtualmente tendem a trazer mais desafios do que nas compras em lojas físicas, sendo assim trás novos desafios à logística exigindo assim novas soluções. Em questão de entregas mesmo que algumas empresas na maioria das vezes de grande porte preferiram adotar um sistema próprio de entregas, a maioria tende a contratar serviços de terceiros, permitindo a redução de custos e o cumprimento do prazo de entrega.

Segundo Figueiredo et al (2009), um ponto em comum é que o processo de atendimento do pedido e a logística de distribuição são os principais gargalos do comércio eletrônico. Por vezes deparamos com relatos de experiências negativas de consumidores que realizam compras pela internet, como atrasos na entrega, produtos entregues com avarias, erros de cobrança, cancelamento indevido por falta do produto, entre outros que podem gerar experiências negativas no processo de compras via internet.

A embalagem está suscetível à avaria relacionada diretamente a forma pela qual é movimentada e armazenada. A fragilidade de um produto pode ser medida através de testes tanto do produto como da embalagem, os resultados permitem determinar a forma correta de proteção e o ambiente logístico mais adequado. O objetivo final desta necessidade é a proteção do produto (BOWERSOX; CLOSS, 2009).

### 3 METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada seguindo o caminho metodológico de método dedutivo, fazendo uma análise geral dos processos de logística e distribuição dos produtos expedidos pela Enoteca Brasil, sendo uma pesquisa aplicada com intuito de gerar soluções para os problemas demonstrados. O problema abordado segue de forma quantitativa, sendo levantadas as informações para serem classificadas e analisadas. O objetivo do método utilizado foi de pesquisa exploratória, estando constantemente em contato com o problema.

O estudo de campo foi feito diretamente dentro da organização, com acompanhamento de perto de todo o processo de transporte, desde a negociação a entrega, salientamos ainda que há mais de uma forma de envio, sendo rodoviário e aéreo, algumas entregas dentro do estado de localizações próximas como na própria cidade (Anápolis), Goiânia e Brasília são feitas pela rota da empresa e alguns pedidos são retirados pelos clientes na loja, onde não entraremos na pesquisa uma vez que nunca houve casos de sinistros nessa condição.

Os recursos necessários para a pesquisa foram todas as evidências que já vinham sendo coletadas pela própria organização tentando assim aprimorar o serviço de entrega, são estas, fotos das embalagens usadas para embarque, focando a visualização da colocação das garrafas, pois assim pode-se ter uma ideia do local exato da onde se deve reforçar a embalagem, identificar a relação de cidades/estados com maior número de avarias, realizar o levantamento de volumes com mais casos de avarias e detectar as transportadoras com mais casos de avarias durante o transporte, mostrando uma base de acompanhamento e discursões entre a equipe de estoque e expedição sobre o que fazer para aprimorar este processo.

As dificuldades encontradas para a realização do estudo de caso foram à incompatibilidade de horários para o acompanhamento do processo de embalagem e expedição dos produtos, limitando assim a quantidade desejada de acompanhamento deste procedimento e difícil acesso aos dados de anos passados que poderiam auxiliar no entendimento das causas dos problemas ocorridos durante o transporte.

#### **4 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA**

A Enoteca Brasil surge como um projeto do Empório Gourmet da cidade de Anápolis-GO, que foi inaugurado em 08 de Julho de 2003, resultado do desejo dos empresários: Jorge, Terezinha e Guilherme Elias de levarem para Anápolis o melhor do mundo enogastronômico.

Com descendência libanesa, a família Elias não deixou de abraçar suas raízes, comercializando produtos da culinária árabe, que hoje são conhecidos por todos os clientes, não só de Anápolis, mas de toda a região goiana.

Passados quase 10 anos, o Empório Gourmet cresceu, ampliou seu leque de produtos, montou uma conceituada adega de vinhos, e atualmente conta com uma estrutura capaz de atender com excelência e qualidade seus clientes, que são o motivo de todo trabalho realizado pela equipe.

Após isso surge a Enoteca Brasil criada para atender aos amantes de vinhos e bebidas finas com bom gosto e agilidade na entrega, além da credibilidade que o Empório gourmet possui e conquistou ao longo dos anos. A Enoteca Brasil é um e-commerce de modalidade B2C com ramo principal em venda de vinhos, espumantes e algumas outras bebidas. A venda por e-commerce foi fundada em 2013.

Um espaço democrático não só para encontrar os vinhos preferidos e descobrir novidades, mas também para deixar a opinião, pontuando um vinho, sugerindo harmonizações ou escrevendo comentários.

A empresa no geral levando em consideração a loja física e on-line conta com 16 funcionários no total, sendo diretamente ligados ao e-commerce que é a Enoteca Brasil os colaboradores dos setores de estoque/expedição, separação, vendas e marketing.

## 5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

### 5.1 Relatório de Antigas Embalagens

No início do estudo de caso foi feito um levantamento de como eram os formatos e modelos das embalagens usadas para o transporte das garrafas vendidas. Pode-se constatar que há uma diferenciação nos tamanhos das embalagens, com capacidade para duas, quatro e seis garrafas, não havendo diferença no padrão e modelo das caixas.

**Figura 1** - Caixa com capacidade para quatro garrafas com camada de plástico bolha no interior e encaixe.



Fonte: Autores desta pesquisa, 2017.

Devido à altura das caixas sobrava espaço no interior quando lacradas, fazendo com que as garrafas se movessem, por não estarem compactas, sendo necessário uso de calços e plástico bolha para melhor proteção das garrafas.

**Figura2** - Caixa com capacidade para quatro garrafas montada com garrafas revestidas de plástico bolha, calços e encaixe.



Fonte: Autores desta pesquisa, 2017.

As caixas tem o layout na cor verde com a logomarca da empresa, um pequeno aviso de frágil impresso e revestimento interno com encaixe inferior e superior, à única diferença neste caso são as medidas e tamanhos. Como já estavam algum tempo estocadas parte delas foi exposta a umidade, sendo assim perdeu-se boa parte da resistência e

também estavam apresentando cor diferente da normal devido ao tempo e a essa exposição à umidade.

**Figura 3** - Layout externo da caixa com a parte frontal e lateral em visibilidade.



Fonte: Autores desta pesquisa, 2017.

## 5.2 Relatório de Novas Embalagens

Após análise, discussões e sugestões de como amenizar os casos de sinistros por avarias, foi renovado o estoque de embalagens com um novo padrão. Com layout preto, logomarca da empresa impressa na caixa, aviso de frágil, aviso indicando o lado correto que deve estar as garrafas e logomarca de um patrocinador.

**Figura4** - Layout externo da nova caixa com a parte frontal e lateral em visibilidade.

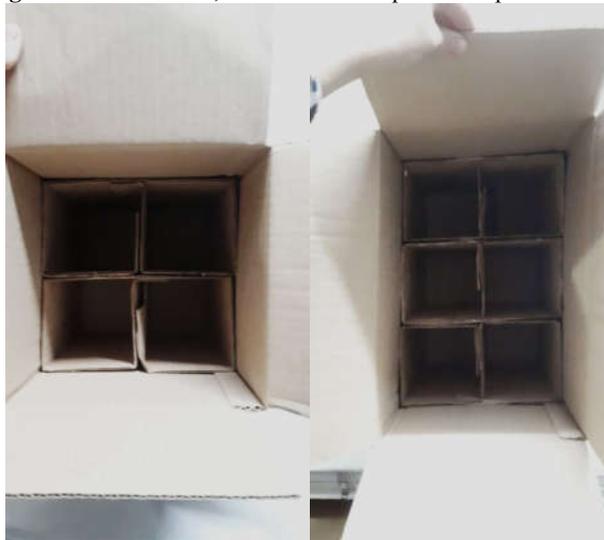


Fonte: Autores desta pesquisa, 2018.

Os tamanhos permaneceram os mesmos, com capacidade para duas, quatro e seis garrafas. As novas embalagens foram confeccionadas em dois modelos diferentes para envio,

sendo um dos modelos simples, porém seguro, com separador para cada garrafa com uma camada grossa que reveste por baixo das garrafas e o tamanho da caixa foi aprimorado para compactar melhor a mercadoria. Também é contado com o auxílio do plástico bolha nesse tipo de embalagem que não foi descartado para excluir o risco de sinistros por avaria.

**Figura 5** - Modelo um, aberta com os separadores posicionados.



Fonte: Autores desta pesquisa, 2018.

**Figura 6** - Garrafas revestidas com plástico bolha, posicionadas dentro da caixa.



Fonte: Autores desta pesquisa, 2018.

O segundo modelo foi confeccionada uma embalagem especial, com um revestimento lembrando uma cartela de ovos, que cobre a garrafa por unidade e assim é inserida nas caixas em seus tamanhos correspondentes, atendendo a quantidade solicitada no

pedido feito pelo cliente. O intuito desta embalagem será transportar produtos de maior valor agregado.

**Figura7** - Modelo dois, aberta com o revestimento especial posicionado.



Fonte: Autores desta pesquisa, 2018.

Entregas na região de Anápolis, Goiânia e Brasília que são feitas pela empresa em carro de passeio e também pedidos retirados na loja, em momento algum foram registrados casos de sinistro, nem por avaria ou extravio, então não houve uma preocupação em aprimoramento de embalagens. Para esses casos são reaproveitadas caixas de mercadorias recebidas das importadoras, caixas essas que seriam descartadas após o desembalo dos produtos.

### 5.3 Relação de cidades/estados com maior número de sinistros

De acordo com os dados diagnosticados, que podem ser visualizados em anexo, a cidade do Rio de Janeiro apresentou maiores relatos de sinistros durante o transporte, sendo todos eles por avaria. A grande maioria das avarias ocorreu no ano de 2016, aproximadamente 0,94% quando a empresa ainda atuava com as antigas embalagens. As indenizações pelas avarias foram na maioria aprovadas e alguns casos seguem aguardando posição da transportadora.

Segundo informações passadas pelo setor de vendas da empresa, a maioria dos fretes não foram aprovados pela transportadora para inclusão no pagamento das indenizações,

devido alegarem que se o produto foi coletado o frete do mesmo deve ser pago, sendo assim a empresa se responsabiliza por seus envios. Alguns casos houve aprovação após várias contestações da empresa. O valor recebido da indenização é proporcional ao fato ocorrido, ou seja, no caso de avarias parciais o valor pago é de acordo somente com o avariado e não ao total da nota, incluindo o frete somente caso seja aprovado.

**Figura 8-**Nota Fiscal 4433 avariada, com destino para o Rio de Janeiro/RJ.



Fonte: Companhia de transporte Azul Cargo, 2016.

A cidade de São Paulo apresentou o segundo maior número de sinistros no transporte sendo a grande maioria, sinistros por avaria, apenas um caso de extravio e um caso de material roubado. A grande maioria das avarias também ocorreu no ano de 2016, aproximadamente 0,69%. O pagamento das indenizações segue grande parte aguardando posição das transportadoras.

Natal foi à terceira cidade que apresentou o maior número de sinistros, todos eles ocorridos no ano de 2016, aproximadamente 0,43%. Um fato relevante a se levar em consideração neste caso é que houve sinistros para o mesmo cliente mais de uma vez e nem todo o caso a mercadoria foi transportada pela mesma companhia de transporte.

#### 5.4 Levantamento de volumes com mais casos de sinistros

Conforme anexo à caixa de transporte com o maior número de sinistros acumulados foi a com capacidade para quatro garrafas, totalizando 92 casos, aproximadamente 2,7% do total vendido sendo em 2016 e 2017. Em casos de envios com mais de um volume obteve-se sinistros também com caixas com capacidade para quantidades diferentes, porém em todos os casos a caixa com capacidade para quatro garrafas está envolvida no sinistro. Desta relação houve dois casos de mercadoria roubada e um de desaparecimento de uma garrafa.

De todos os casos, apenas um sinistro ocorreu por transportadora terrestre, que geralmente a empresa contrata somente em caso de envios de muitos volumes ou valor compensatório de frete. Neste caso específico à mercadoria foi extraviada.

A segunda embalagem com mais casos de sinistros registrados e a com capacidade para seis unidades, totalizando 65 casos, aproximadamente 2,85% do total vendido, somente um caso foi em 2017. O destinatário que teve sua mercadoria avariada em 2017 também já sofreu avaria no seu produto em 2016, ambas às vezes com o material sendo transportado pela Azul Cargo. Em casos de envios com mais de um volume obteve-se sinistros também com caixas com capacidade para quantidades diferentes, porém em todos os casos a caixa com capacidade para seis garrafas está envolvida no sinistro.

**Figura 9** –Caixa com capacidade para seis unidades avariada.



Fonte: Companhia de transporte Azul Cargo, 2016.

### 5.5 Transportadoras com mais casos de sinistros

De acordo com o diagnóstico a transportadora que se envolveu em mais casos de sinistros durante o transporte foi a Azul Cargo, totalizando cento e vinte e seis casos em 2016 e 2017, aproximadamente 3,8% do valor total de vendas.

**Figura 10-** Situações apontadas pela Azul Cargo que estavam contribuindo para a ocorrência das avarias.



Fonte: Companhia de transporte Azul Cargo, 2016.

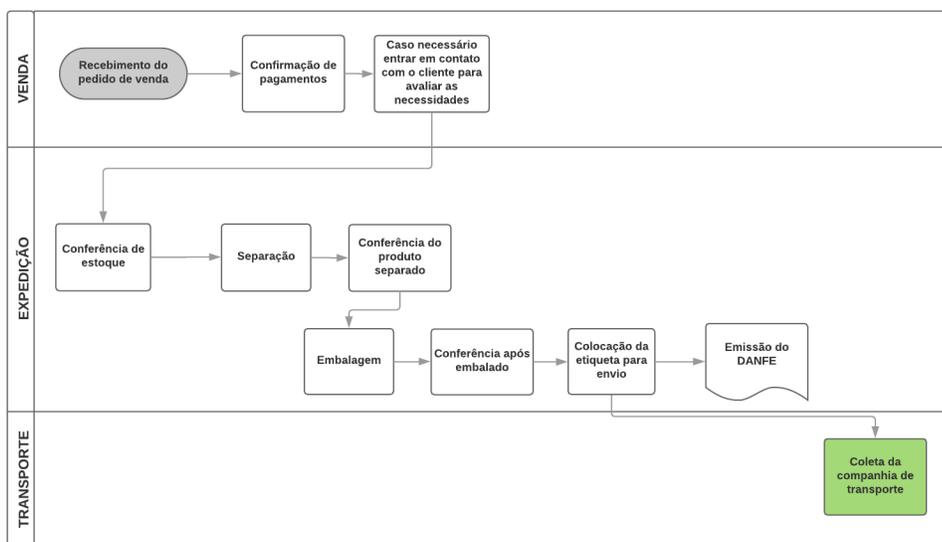
A segunda transportadora que se envolveu em mais casos de sinistros durante o transporte foi os Correios, totalizando vinte e dois casos em 2016 e 2017, aproximadamente 0,37% do valor total de vendas, apenas dois em 2017. A Tam Cargo se envolveu em apenas dezoito casos de sinistros durante o transporte, todos em 2016.

### 5.6 Processo Interno

Fluxograma 1–Procedimento interno, após recebimento do pedido.

#### PROCESSO DE VENDAS

Enoteca Brasil | May 6, 2018



Fonte: Autores desta pesquisa, 2018.

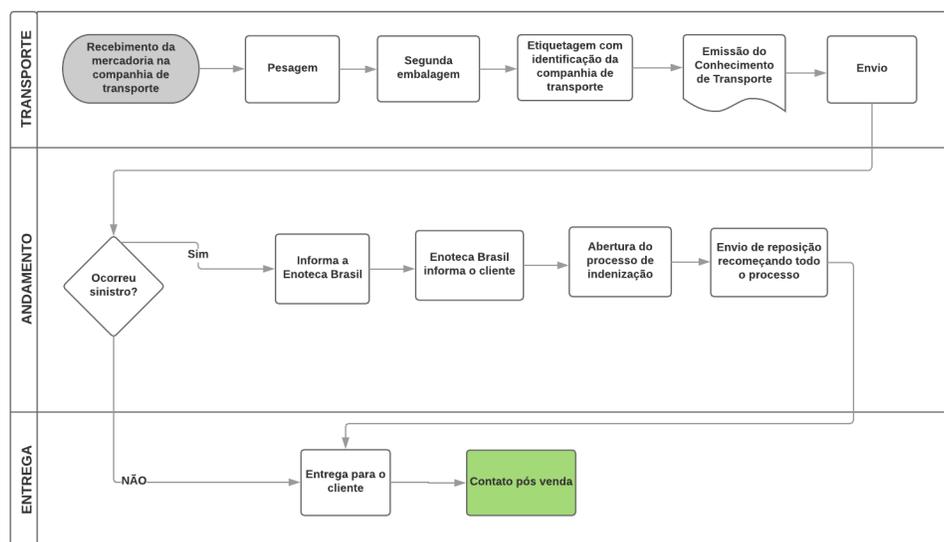
### 5.7 Processo Externo

Os sinistros ocorrem durante o andamento do transporte dos produtos. De acordo com as informações passadas pelo departamento de vendas da Enoteca Brasil, as transportadoras informam as ocorrências de sinistros apontando a quantidade unitária ou volume, rótulo e nota fiscal que sofreu o sinistro. Em caso de avaria são enviadas fotos do rótulo avariado, uma vez que, nem sempre todas as garrafas presentes na caixa sofrem a avaria e as imagens ajudam a identificar quais garrafas restam intactas. É feita a formalização por e-mail para que se possa iniciar o processo de indenização e recolocar o pedido no processo de expedição para envio da reposição ao cliente.

Fluxograma 2–Procedimento externo, após coleta da transportadora.

#### PROCESSO DE VENDAS

Enoteca Brasil | May 6, 2018



Fonte: Autores desta pesquisa, 2018.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados demonstram como era o processo inicial de embalagem e expedição dos produtos e após todo um estudo em cima dos problemas ocorridos neste processo, levantam-se possibilidades de melhoria e aprimoramento de embalagens e tudo o que está relacionado ao procedimento de negociação, desde ao pedido de compra feito pelo cliente até a entrega e pós-venda.

Os problemas ocorrentes no transporte são acompanhados tanto pelas transportadoras responsáveis pela entrega quanto pela empresa, pois isto é uma questão que se deve ser resolvida em conjunto, já que todos os envolvidos no processo tem contato com a mercadoria e por se tratar de produto frágil e de fácil quebra o cuidado deve ser maior e com um acompanhamento de perto evitando assim as ocorrências que fazem com que o processo seja finalizado com falhas no meio do procedimento.

A confecção de novas embalagens foi realizada no final do ano de 2017 e começaram a ser usadas de imediato assim que entregues pelo fornecedor, isto é, um fator positivo se tratando do tipo de produto transportado, uma vez que, a proteção reforçada permite que o produto passe intacto pelos vários caminhos até chegar ao consumidor final e também a dedicação de todos que tem contato direto com o produto é de suma importância, devido à mercadoria passar por várias mãos, a mesma tem uma maior chance de não sofrer avarias, caso todos se empenhem em oferecer seus serviços de forma dinâmica, trabalhando em equipe para a finalização do processo com excelência e garantia de qualidade.

Após a implementação das novas embalagens no processo de expedição os sinistros por avaria diminuíram de forma considerável, podendo notar no anexo que até a finalização desta pesquisa de campo não foram relatados casos de sinistro no ano de 2018.

Tudo o que se refere a este estudo de caso, trás um embasamento para melhorias do processo, permitindo assim a uma aprendizagem ao que se refere sobre estocagem, embalagem, expedição e transporte, mostrando as possibilidades de encontrar soluções cabíveis e certas para diminuição de problemas ocorridos anteriormente de forma recorrente e no momento podem ser controlados com medidas tomadas fazendo com que a diminuição das ocorrências seja visivelmente um ponto positivo para todos os envolvidos no processo.

## REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Antônio Carlos; NOVAES, Antônio Galvão. Logística Aplicada. 3. ed. São Paulo. Edgard Blucher, 2000. Páginas 07, 46-47.

BERTAGLIA, Paulo Roberto. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. 2. ed. São Paulo. Saraiva, 2009. Páginas 156-160, 164, 178, 179.

BOWERSOX, Donald J; CLOSS, David J. Logística Empresarial, O Processo de Integração da Cadeia de Suprimento. 1. ed. São Paulo. Atlas, 2004. 7ª reimpressão 2009. Página 366.

CHING, Hong yuh. Gestão de Estoques na Cadeia de Logística Integrada. 4. ed. São Paulo. Atlas, 2010. Página 78.

FIGUEIREDO, Kleber Fossati; FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. 1. ed. São Paulo. Atlas, 2003. 5ª reimpressão 2009. Páginas 145-148, 176-177, 395, 452-455, 475-477.

FILHO, João Severo. Administração de Logística Integrada, Materiais, PCP e Marketing. 2. ed. Rio de Janeiro. E-Papers, 2006. Páginas 20, 216.

HENRIQUE, Luiz. Aulas TecLog de Introdução a Logística. Módulo 01. Páginas 35-52. Disponível em: <<https://teclog.files.wordpress.com/2015/02/apostila-introduc3a7c3a3o-a-logc3adstica.pdf>>. Acesso em: 02 de outubro de 2017.

MOURA, Benjamim do Carmo. Logística: Conceitos e Tendências. 1. ed. Portugal. Centro Atlântico, 2006. Páginas 15-16.

NOGAMI, Otto; PASSOS, Carlos Roberto Martins. Princípios de Economia. 7. ed. São Paulo. Cengage Learning, 2016. Página 30.

NOVAES, Antônio Galvão. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição. 3. ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2007. Páginas 11-15, 53-57, 75-78, 85, 93-97, 101-104, 189, 244-245, 251, 254.

PAURA, Glávio Leal. Fundamentos da Logística. Instituto Federal do Paraná / IFP, Curitiba. 2012. Páginas 13-16, 19-21.

ROSA, Rodrigo de Alvarenga. Gestão de Operações e Logística I. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; Brasília: CAPES: UAB, 2011. 160p.

SPILLER, Eduardo Santiago; PLÁ, Daniel; LUZ, João Ferreira da; SÁ, Patricia Ricelli Galante de. Gestão de Serviço e Marketing Interno. 4. ed. Rio de Janeiro. FGV, 2011. Páginas: 78-79.

## Dados de Sinistros

Data de Envio	Pedid	Nota	Valor da Nota	Valor do Frete	Destinatário	Cidade	Volume	Transporte	Sinistro	Aprovação	Valor Recebido	Status
11/01/2016	1485	2401	R\$ 770,50	R\$ 54,32	Joathan de Castro Machado	Fortaleza-CE	01 CX 04	GOL	Aviata Parc. 01 garafa	NÃO	R\$ 165,00	Aprovado
12/01/2016	1483	2411	R\$ 514,70	R\$ 61,76	Rafael Jorge Alves de Alcântara	Fortaleza-CE	01 CX 06	GOL	Aviata Parc. 02 garafas	NÃO	R\$ 123,40	Aprovado
13/01/2016	1497	2417	R\$ 1.344,80	R\$ -	Ana Lúcia Zacharias	Rio de Janeiro-RJ	01 CX 06 e 01 CX 04	GOL	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Aguar. Posição
19/01/2016	1517	2444	R\$ 455,71	R\$ 44,84	Virgílio Machado	Santos-SP	01 CX 06	TAM	Aviata Parc. 01 garafa	NÃO	R\$ 70,40	Aprovado
01/02/2016	1551	2482	R\$ 347,25	R\$ 89,21	Eliziane Maria Gomes de Sousa	São Roque-SP	01 CX 04	TAM	Extravio	-	-	Negado
02/02/2016	1558	2483	R\$ 487,12	R\$ 52,08	Wladir Eduardo Stelati Garcia	Itajaí-SC	01 CX 04	TAM	Aviata Total	NÃO	R\$ 433,80	Aprovado
05/02/2016	1574	2513	R\$ 834,30	R\$ 101,63	Jose Martins Vaz	Bombinhas-SC	01 CX 06	TAM	Aviata Total	NÃO	R\$ 777,00	Aprovado
11/02/2016	1578	2528	R\$ 729,23	R\$ 46,98	Fernando Procópio de Araújo	São Paulo-SP	01 CX 06	TAM	Aviata Total	NÃO	R\$ 729,22	Aprovado
11/02/2016	1575	2526	R\$ 241,75	R\$ 34,67	Milton Hershch	Jaraguá de Sul-SC	01 CX 02	TAM	Aviata Total	NÃO	R\$ 218,00	Aprovado
16/02/2016	1601	2561	R\$ 724,51	R\$ 80,81	Eduardo Garcia Rosa	Jacareí-SP	02 CX 06	TAM	Aviata Total	NÃO	R\$ 636,30	Aprovado
17/02/2016	1607	2571	R\$ 712,60	R\$ 72,38	Marcus Vinicius Dornellas	Vila Velha-ES	01 CX 06	TAM	Aviata Total	NÃO	R\$ 660,00	Aprovado
19/02/2016	1608	2584	R\$ 349,01	R\$ 80,56	Osmar Sebastião Dalla	Treze Tílias-SC	01 CX 04	TAM	Aviata Total	NÃO	R\$ 349,01	Aprovado
19/02/2016	1612	2586	R\$ 169,04	R\$ 37,39	Jose Henrique de Souza	Londrina-PR	01 CX 02	TAM	Aviata Total	NÃO	R\$ 142,00	Aprovado
25/02/2016	1641	2630	R\$ 474,43	R\$ 55,21	Carlos Raposo Pereira	Nova Friburgo-RJ	01 CX 06	Correios	Aviata Parc. 01 garafa (Cliente recusou tudo)	Parcial	R\$ 488,80	Aprovado
29/02/2016	1646	2645	R\$ 579,01	R\$ 109,48	Jean Pierre Michetti	Boa Vista-RR	01 CX 06	Correios	Extravio (Post. Entregue)	-	-	Aguar. Posição
16/03/2016	1627	2633	R\$ 302,40	R\$ 77,54	Flávio Varela de Carvalho	Natal-RN	01 CX 02	TAM	Aviata Total	-	-	Aguar. Posição
31/03/2016	1773	2755	R\$ 1.363,90	R\$ 80,14	Isaac Carlos Argolo	São José dos Campos-SP	02 CX 06	TAM	Aviata Parc. 01 volume	NÃO	R\$ 514,80	Aprovado
24/03/2016	1741	2768	R\$ 3.589,64	R\$ 568,44	Luz Roberto de Padua Rezende	Parauapebas-PA	03 CX 06 e 01 CX 02	TAM	Aviata Parc. 02 garafas	NÃO	R\$ 312,00	Aprovado
30/03/2016	1762	2796	R\$ 1.083,67	R\$ 47,53	Cesar Augusto Espindola	Belo Horizonte-MG	01 CX 06	TAM	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Aguar. Posição
13/04/2016	1829	2867	R\$ 639,70	R\$ 76,03	Václav Situa Cordenro	Nova Lima-MG	02 CX 06	TAM	Aviata Total	NÃO	R\$ 208,00	Aprovado
14/04/2016	1832	2873	R\$ 668,99	R\$ 103,26	Marcus Vinicius Dornellas	Vila Velha-ES	02 CX 04	TAM	Aviata Parc. 01 volume	NÃO	R\$ 300,00	Aprovado
05/05/2016	1894	2971	R\$ 979,60	R\$ 172,40	Edmes Jose Lorenço	Venda Nova do Imigrante-ES	02 CX 06	TAM	Atraso na Entrega	NÃO	R\$ 166,65	Aprovado
09/05/2016	1898	2990	R\$ 168,78	R\$ 41,24	Emerson Sadney Cunha	Confins-MG	01 CX 02	TAM	Atraso na Entrega	-	-	Negado
06/06/2016	1900	3115	R\$ 385,39	R\$ 31,54	Ema Ely Salomilo Bonetti	São José dos Campos-SP	01 CX 06	AZUL	Aviata Total	NÃO	R\$ 385,39	Aprovado
06/06/2016	3000	2	R\$ 739,47	R\$ 62,27	Jose Aparecido Dares	São Paulo-SP	01 CX 06	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	SIM	R\$ 115,00	Aprovado
07/06/2016	2059	4	R\$ 778,83	R\$ 100,77	Alberto Silveira dos Santos	João Pessoa-PB	01 CX 06 e 01 CX 04	AZUL	Aviata Parc. 02 garafas	NÃO	R\$ 119,80	Aprovado
13/06/2016	2036	29	R\$ 392,01	R\$ 44,02	Gilberto Flores	Rio de Janeiro-RJ	01 CX 06	AZUL	Aviata Parc. 02 garafas	SIM	R\$ 119,80	Aprovado
21/06/2016	2074	3614	R\$ 451,22	R\$ 63,07	Eduardo Bianchi Duarte	Niterói-RJ	02 CX 04	AZUL	Aviata Total	SIM	R\$ 451,22	Aprovado
23/06/2016	2084	3623	R\$ 712,80	R\$ 71,84	Paulo de Lima Navarro	Londrina-PR	01 CX 04	Correios	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Aguar. Posição
24/06/2016	2097	3640	R\$ 587,90	R\$ 87,77	Carlos Fernando Pereira	Natal-RN	01 CX 06	Correios	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Aguar. Posição
30/06/2016	2135	3697	R\$ 441,93	R\$ 40,00	Eduardo Fernando Rio	São Paulo-SP	01 CX 04	KARPA	Aviata Parc. 01 garafa	NÃO	R\$ 99,90	Aprovado
13/07/2016	2220	3805	R\$ 1.471,87	R\$ 139,17	Anderson Fortuna	Barra de São Francisco-ES	03 CX 06 e 01 CX 02	KARPA	Aviata Parc. 01 garafa	NÃO	R\$ 93,00	Aprovado
18/07/2016	2097	3842	R\$ 516,00	R\$ 122,73	Carlos Fernando Pereira	Natal-RN	01 CX 06	AZUL	Aviata Parc. 02 garafas	SIM	R\$ 212,90	Aprovado
19/07/2016	2246	3850	R\$ 658,35	R\$ 85,53	Fernanda Dantas Prvi	Ibipaba-BA	02 CX 04	KARPA	Aviata Parc. 01 garafa	NÃO	R\$ 77,00	Aprovado
21/07/2016	2268	3872	R\$ 509,40	R\$ 111,00	Marcos Antônio Ferreira de Lima	Seabra-CE	01 CX 06	KARPA	Aviata Parc. 03 garafas	NÃO	R\$ 254,70	Aprovado
23/07/2016	2273	3874	R\$ 269,69	R\$ 121,54	Marcia Mlistara	Baldoniópolis-Cumaru-SC	01 CX 06	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	SIM	R\$ 68,56	Aprovado
21/07/2016	2275	3878	R\$ 1.366,30	R\$ 152,43	Márcio Aparecido da Silva	Itaboraí-BA	02 CX 04	AZUL	Aviata Total	-	-	Aguar. Posição
25/07/2016	2284	3912	R\$ 388,20	R\$ 131,19	Alexandro Barreto	Perto Alegre-RS	01 CX 06	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	SIM	R\$ 96,16	Aprovado
25/07/2016	2290	3915	R\$ 1.471,87	R\$ 76,29	Anderson Fortuna	Barra de São Francisco-ES	03 CX 06 e 01 CX 02	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	SIM	R\$ 169,29	Aprovado
27/07/2016	2304	3932	R\$ 563,87	R\$ 64,54	Francisco Marcelo Oliveira Tavares	Salvador-BA	01 CX 04	AZUL	Aviata Total	NÃO	R\$ 563,87	Aprovado
27/07/2016	2303	3933	R\$ 362,47	R\$ 57,34	Tatiane Camurugy	Salvador-BA	01 CX 04	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Aguar. Posição
27/07/2016	2306	3929	R\$ 516,40	R\$ 44,07	Virgílio Machado	Santos-SP	01 CX 06	AZUL	Aviata Total	NÃO	R\$ 516,40	Aprovado
27/07/2016	2324	3931	R\$ 293,75	R\$ 63,19	Katharine Mau Bufulin	Vitória-ES	01 CX 04	AZUL	Aviata Total	SIM	R\$ 356,94	Aprovado
01/08/2016	2324	3988	R\$ 293,75	R\$ 62,04	Katharine Mau Bufulin	Vitória-ES	01 CX 04	KARPA	Aviata Total	NÃO	R\$ 293,75	Aprovado
01/08/2016	2348	3976	R\$ 569,43	R\$ 81,39	Genilson Dantas Fonseca	Natal-RN	01 CX 06	KARPA	Aviata Total	NÃO	R\$ 569,43	Aprovado
03/08/2016	2320	4011	R\$ 665,60	R\$ 70,18	Antônio Henrique de Jesus	Juiz de Fora-MG	01 CX 06	KARPA	Aviata Total	NÃO	R\$ 665,60	Aprovado
03/08/2016	2355	4007	R\$ 463,30	R\$ 121,48	Paulo Medeiros	Natal-RN	01 CX 06	KARPA	Aviata Total	NÃO	R\$ 463,30	Aprovado
10/08/2016	2360	4071	R\$ 1.613,19	R\$ 170,00	Sarah Maria de Fátima Peçoto	Belém-PA	05 CX 06	KARPA	Aviata Parc. 05 garafas	NÃO	R\$ 230,00	Aprovado
05/09/2016	2551	4291	R\$ 361,89	R\$ 44,78	Arnaldo José Mamede Inácio	São Paulo-SP	01 CX 04	Correios	Aviata Parc. 01 garafa (Enviamos todas novamente)	-	-	Aguar. Posição
08/09/2016	2565	4313	R\$ 336,81	R\$ 39,83	Alexandre Bábila Barenas Martins	Rio de Janeiro-RJ	01 CX 04	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	NÃO	R\$ 99,90	Aprovado
08/09/2016	2563	4320	R\$ 646,00	R\$ 62,14	Giancarlo Camillo	Campo Grande-MS	01 CX 06	Correios	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Aguar. Posição
12/09/2016	2588	4344	R\$ 308,48	R\$ 48,58	Eva Lohs Chah Dias Jorge	São Paulo-SP	01 CX 04	Correios	Aviata Total	SIM	R\$ 353,17	Aprovado
19/09/2016	2619	4407	R\$ 100,50	R\$ 29,06	Thais Leonel	São Paulo-SP	01 CX 02	Correios	Aviata Total	-	-	Aguar. Posição
19/09/2016	2618	4410	R\$ 501,66	R\$ 53,22	Leonardo Nascimento Cottini	Rio de Janeiro-RJ	01 CX 04	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	NÃO	R\$ 115,00	Aprovado
19/09/2016	2504	4413	R\$ 399,60	R\$ 69,84	Ronaldo Pereira Mauer	Florianópolis-SC	01 CX 04	AZUL	Aviata Total	NÃO	R\$ 399,60	Aprovado
20/09/2016	2622	4420	R\$ 140,00	R\$ 33,75	Aline Fonseca da Silva	Rio de Janeiro-RJ	01 CX 02	Correios	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Aguar. Posição
21/09/2016	2630	4428	R\$ 331,90	R\$ 40,43	Pedro P Carneiro	Rio de Janeiro-RJ	01 CX 04	Correios	Aviata Total	-	-	Aguar. Posição
21/09/2016	2634	4429	R\$ 343,80	R\$ 57,91	Roberto William Montenegro	Natal-RN	01 CX 04	Correios	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Negado
22/09/2016	2640	4433	R\$ 653,52	R\$ 57,53	Flávio Pereira Gomes	Rio de Janeiro-RJ	01 CX 06	AZUL	Aviata Total	NÃO	R\$ 653,52	Aprovado
28/09/2016	2640	4473	R\$ 599,40	R\$ 57,26	Flávio Pereira Gomes	Rio de Janeiro-RJ	01 CX 06	AZUL	Aviata Total	NÃO	R\$ 599,40	Aprovado
30/09/2016	2640	4491	R\$ 599,40	R\$ 57,26	Flávio Pereira Gomes	Rio de Janeiro-RJ	01 CX 06	AZUL	Aviata Parc. 03 garafas	SIM	R\$ 466,63	Aprovado
07/10/2016	2695	4536	R\$ 366,80	R\$ 47,40	Vicente David Caputo	Ita-SP	01 CX 04	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	SIM	R\$ 131,55	Aprovado
11/10/2016	2701	4558	R\$ 961,85	R\$ 88,87	Isabel Lustosa Verrano	São Paulo-SP	01 CX 06 e 01 CX 04	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Aguar. Posição
12/10/2016	2732	4583	R\$ 554,02	R\$ 89,71	Ronaldo Pereira Mauer	Florianópolis-SC	01 CX 06	AZUL	Aviata Total	SIM	R\$ 643,73	Aprovado
12/10/2016	2740	4722	R\$ 337,10	R\$ 72,17	Francisco Alves de Almeida	João Pessoa-PB	01 CX 04	AZUL	Aviata Total	SIM	R\$ 409,27	Aprovado
13/10/2016	2751	4712	R\$ 337,10	R\$ 62,50	Oscar Cardoso Neto	Perto Alegre-RS	01 CX 04	AZUL	Aviata Total	SIM	R\$ 399,60	Aprovado
15/10/2016	2857	4588	R\$ 782,54	R\$ 72,35	Virgílio Machado	Santos-SP	01 CX 06 e 01 CX 02	AZUL	Aviata 01 CX 06	NÃO	R\$ 511,80	Aprovado
17/10/2016	2861	4593	R\$ 688,28	R\$ 77,57	Emilio Nemer Neto	Vitória-ES	01 CX 04	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	SIM	R\$ 97,39	Aprovado
19/10/2016	2885	4669	R\$ 1.030,16	R\$ 73,59	Gustavo Coimbra Costa	Rio de Janeiro-RJ	02 CX 04	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	SIM	R\$ 69,99	Aprovado
20/10/2016	2754-53	4675	R\$ 996,71	R\$ 88,35	Marcio Albuquerque	Rio de Janeiro-RJ	01 CX 06 e 01 CX 04	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Negado
21/10/2016	2905	4705	R\$ 634,20	R\$ 41,93	Jose Pedro Rockenbach	Tangara da Serra-MT	01 CX 06	Correios	Aviata Parc. 01 garafa	Parcial	R\$ 137,74	Aprovado
21/10/2016	2909	4703	R\$ 1.499,60	R\$ 225,58	Luz Roberto de Padua Rezende	Parauapebas-PA	01 CX 06 e 01 CX 04	AZUL	Aviata 1 g. e Extravio 4 g	SIM	R\$ 813,79	Aprovado
21/10/2016	2749	4753	R\$ 601,00	R\$ 89,24	Tiago Moschen	Cuzas do Sul-RS	01 CX 06	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Negado
24/10/2016	2927	4790	R\$ 251,15	R\$ 67,29	Isaac Ramiro Bentes	Belém-PA	01 CX 04	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Negado
26/10/2016	2964	4832	R\$ 4.548,37	R\$ 142,51	Lúcio Pereira Guarçoni Duarte	Vila Velha-ES	02 CX 06	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	SIM	R\$ 380,87	Aprovado
26/10/2016	2940	4821	R\$ 316,68	R\$ 62,93	Eduardo Rebelo	Recife-PE	01 CX 04	AZUL	Aviata Total	-	-	Negado
14/11/2016	2940	5038	R\$ 316,68	R\$ 72,08	Eduardo Rebelo	Recife-PE	01 CX 04	AZUL	Aviata Total	SIM	R\$ 388,74	Aprovado
27/10/2016	2937	4830	R\$ 245,79	R\$ 68,42	Samuel de Almeida Freitas	Teressina-PI	01 CX 02	AZUL	Aviata Parc. 01 garafa	-	-	Negado
27/10/2016	2973	4835	R\$ 232,12	R\$ 28,05	Cristiano Vargas	São Paulo-SP	01 CX 02	Correios	Aviata Total	-	-	Aguar. Posição
01/11/2016	3001											

29/11/2016	3449	5228	R\$ 1.045,99	R\$ 109,41	Henrique César Gallo	São Paulo/SP	02 CX 06	AZUL	Aviaria 01 e Extravio 01	-	-	-	Aguar. Posição
29/11/2016	3278	70	R\$ 279,08	R\$ 39,02	Ana Camila Cardoso de Abreu	São Paulo/SP	01 CX 02	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
29/11/2016	3249	65	R\$ 279,08	R\$ 39,02	Manoelre Abreu	São Paulo/SP	01 CX 02	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
29/11/2016	3490	5194	R\$ 547,13	R\$ 49,72	Ricardo Siciliano	São Paulo/SP	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
30/11/2016	3387	5307	R\$ 289,28	R\$ 68,92	Flávio Varela de Carvalho	Natal/RN	01 CX 02	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
30/11/2016	3266	5296	R\$ 865,98	R\$ 68,52	Diogo Silva	Rio de Janeiro/RJ	02 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 02 garrafas	NÃO	-	R\$ 189,80	Aprovado
30/11/2016	3259	5302	R\$ 738,09	R\$ 80,46	Ronan Machado de Alcântara	Uberlândia/MG	01 CX 06	AZUL	Aviaria Parc. 04 garrafas	NÃO	-	R\$ 424,69	Aprovado
30/11/2016	3396	5332	R\$ 1.038,10	R\$ 156,57	Guilherme Luck Peres	Recife/PE	02 CX 06 e 01 CX 02	AZUL	Aviaria Parc. 10 garrafas	-	-	-	Aguar. Posição
30/11/2016	3363	5350	R\$ 598,80	R\$ 144,14	Alberto Silveira dos Santos	João Pessoa/PB	01 CX 06 e 01 CX 03	AZUL	Aviaria Parc. 02 garrafas	NÃO	-	R\$ 129,80	Aprovado
30/11/2016	3361	5352	R\$ 224,41	R\$ 46,99	Lucas Fraga	Rio de Janeiro/RJ	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	NÃO	-	R\$ 224,41	Aprovado
30/11/2016	3343	5363	R\$ 435,93	R\$ 48,03	João Rocha Garcia	Rio de Janeiro/RJ	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	NÃO	-	R\$ 435,93	Aprovado
30/11/2016	3332	5368	R\$ 920,57	R\$ 93,70	Pedro P Carneiro	Rio de Janeiro/RJ	01 CX 06 e 01 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 04 garrafas	NÃO	-	R\$ 605,80	Aprovado
30/11/2016	3364	5349	R\$ 892,73	R\$ 124,84	Cristiano Ventosim de Barros	Vila Velha/ES	01 CX 06 e 01 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 04 garrafas	NÃO	-	R\$ 399,60	Aprovado
30/11/2016	3285	5287	R\$ 1.159,98	R\$ 84,47	César Augusto Espindola	Belo Horizonte/MG	02 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 04 garrafas	NÃO	-	R\$ 619,80	Aprovado
30/11/2016	3414	5323	R\$ 683,39	R\$ 114,67	Sávio Luis Toledo	Belo Horizonte/MG	02 CX 06	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	-	Aguar. Posição
01/12/2016	3204	5387	R\$ 199,80	R\$ 67,73	Wilson Cleto de Medeiros Filho	Natal/RN	01 CX 02	AZUL	Extravio	SIM	-	R\$ 267,53	Aprovado
01/12/2016	3319	5377	R\$ 1.530,64	R\$ 138,17	Frank Monteiro Antunes	Salvador/BA	01 CX 06 e 01 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	NÃO	-	R\$ 1.414,09	Aprovado
01/12/2016	3318	5378	R\$ 651,80	R\$ 100,96	Terezinha Maria Rambo Carneiro	Cuiabá/MT	02 CX 06	AZUL	Aviaria Parc. 03 garrafas	-	-	-	Aguar. Posição
02/12/2016	3496	5408	R\$ 1.199,61	R\$ 110,17	Flávio Teixeira da Silva	São João de Meriti/RJ	02 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	NÃO	-	R\$ 149,00	Aprovado
02/12/2016	3314	5400	R\$ 542,65	R\$ 50,63	Juliana Klein	Palmas/TO	01 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	-	Aguar. Posição
02/12/2016	3128	5411	R\$ 165,61	R\$ 64,04	Alisson César Nunes da Paz	Recife/PE	01 CX 04	AZUL	Extravio	SIM	-	R\$ 228,65	Aprovado
05/12/2016	3521	5433	R\$ 168,61	R\$ 33,37	Thuri C G S Muniz	Belo Horizonte/MG	01 CX 02	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
07/12/2016	3566	-	R\$ 330,00	R\$ 34,05	Roberto Pinto de Resende	Goiania/GO	01 CX 06	Correios	Aviaria Total	SIM	-	R\$ 362,26	Aprovado
08/12/2016	3257	5466	R\$ 439,60	R\$ 80,95	Stelio Marques Girão	Fortaleza/CE	01 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	-	Aguar. Posição
08/12/2016	3259	5470	R\$ 424,69	R\$ 60,20	Ronan Machado de Alcântara	Uberlândia/MG	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
08/12/2016	3361	5473	R\$ 184,60	R\$ 47,09	Lucas Fraga	Rio de Janeiro/RJ	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	NÃO	-	R\$ 184,60	Aprovado
08/12/2016	3343	5471	R\$ 394,69	R\$ 43,80	João Rocha Garcia	Rio de Janeiro/RJ	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
13/12/2016	3343	5517	R\$ 394,71	R\$ 48,48	João Rocha Garcia	Rio de Janeiro/RJ	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	NÃO	-	R\$ 394,71	Aprovado
14/12/2016	3319	5529	R\$ 1.467,40	R\$ 168,13	Frank Monteiro Antunes	Salvador/BA	01 CX 06 e 01 CX 04	AZUL	Mercadoria Roupada	-	-	-	Aguar. Posição
15/12/2016	3620	5543	R\$ 425,05	R\$ 149,27	Antônio Carlos Magalhães Blumetti	Salvador/BA	02 CX 06	AZUL	Aviaria Parc. 04 garrafas	-	-	-	Aguar. Posição
20/12/2016	3649	-	R\$ 132,70	R\$ 18,60	Mateus Ricardo Provencenci	Goiania/GO	01 CX 04	Correios	Atraso na Entrega	-	-	R\$ 5,58	Aprovado
21/12/2016	3670	5620	R\$ 229,00	R\$ 29,10	Jeriel da Costa	São Paulo/SP	01 CX 02	Correios	Aviaria Total	SIM	-	R\$ 255,78	Aprovado
21/12/2016	3680	5628	R\$ 441,06	R\$ 48,78	Fernanda Lazari	Rio de Janeiro/RJ	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
21/12/2016	3659	5626	R\$ 234,80	R\$ 77,67	Paulo Deudete Z. Caliman	Venda Nova do Imigrante/ES	01 CX 02	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	-	Aguar. Posição
22/12/2016	3692	-	R\$ 287,70	R\$ 19,30	Fabrizio Modesto Cesar	Goiania/GO	01 CX 04	Correios	Atraso na Entrega	-	-	R\$ 5,29	Aprovado
26/12/2016	3716	-	R\$ 51,00	R\$ 21,98	Priscilla Rodrigues Cabral	Brasília/DF	01 CX 02	Correios	Atraso na Entrega - Devolução ao Remetente	NÃO	-	R\$ 4,40	Aprovado
26/12/2016	3716	-	R\$ 51,00	R\$ 14,13	Priscilla Rodrigues Cabral	Brasília/DF	01 CX 02	Correios	Atraso na Entrega - Devolução ao Remetente	-	-	-	Aguar. Posição
27/12/2016	3396	5636	R\$ 680,00	R\$ 155,46	Guilherme Luck Peres	Recife/PE	01 CX 06 e 01 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 04 garrafas	-	-	-	Aguar. Posição
27/12/2016	3713	5639	R\$ 1.664,89	R\$ 138,34	Jirandir Souza	Natal/RN	02 CX 06	AZUL	Extravio	SIM	-	R\$ 1.823,23	Aprovado
19/01/2017	3824	5791	R\$ 544,60	R\$ 157,37	Edmilson Braga Soares Júnior	Fortaleza/CE	02 CX 04 e 01 CX 02	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	-	Aguar. Posição
01/02/2017	3860	5871	R\$ 1.312,10	R\$ 224,53	Daniel Fabiano Ferreira	Terestina/PI	03 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	-	Aguar. Posição
02/02/2017	3873	5899	R\$ 1.529,60	R\$ 190,00	Stelio Marques Girão	Fortaleza/CE	03 CX 04 e 01 CX 02	TransPaulo	Extravio	NÃO	-	R\$ 1.398,60	Enviamos reposição. Cliente recebeu carga extravaviada depois e pagou a mesma, sem frete.
03/02/2017	3932	5934	R\$ 752,83	R\$ 105,00	Anibal Costa Filho	João Pessoa/PB	01 CX 04 e 01 CX 02	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
06/02/2017	4056	5994	R\$ 482,83	R\$ 140,96	Raimundo Andrade Filho	Salvador/BA	03 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	-	Aguar. Posição
08/02/2017	4067	6050	R\$ 447,38	R\$ 40,57	Sérgio Maranhão	Niterói/RJ	01 CX 04	AZUL	Desaparecimento de 01 garrafa	-	-	-	Aguar. Posição
09/02/2017	4084	6063	R\$ 229,17	R\$ 35,03	Diniz Pigonatti	São Paulo/SP	01 CX 02	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	-	Aguar. Posição
09/02/2017	4060	6064	R\$ 659,56	R\$ 72,49	Rogério Barbosa Baracho	Vitória/ES	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
10/02/2017	4104	6069	R\$ 957,70	R\$ 68,30	Diego Barreto Macedo	Peira de Santana/BA	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
13/02/2017	4109	6088	R\$ 118,30	R\$ 41,39	Rodrigo Junio Silva	Belo Horizonte/MG	01 CX 02	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
23/02/2017	4188	6155	R\$ 335,73	R\$ 51,09	Ronaldo Alvares de Oliveira	Belo Horizonte/MG	01 CX 04	AZUL	Extravio	NÃO	-	R\$ 335,73	Aprovado
02/03/2017	4190	6183	R\$ 646,00	R\$ 60,21	Luz Cesar Lino de Oliveira	Cuiabá/MT	01 CX 04 e 01 CX 02	Correios	Atraso na entrega - 2 uni.	NÃO	-	R\$ 6,79	Aprovado
02/03/2017	4190	6183	R\$ 646,00	R\$ 60,21	Luz Cesar Lino de Oliveira	Cuiabá/MT	01 CX 04 e 01 CX 02	Correios	Aviaria Parc. 02 garrafas	-	-	-	Aguar. Posição
02/03/2017	4192	6186	R\$ 140,81	R\$ 57,63	Faúm Faúm Reis Akel	Manaus/AM	01 CX 02	AZUL	Extravio posteriormente entregue com aviaria 01 garrafa.	NÃO	-	R\$ 140,81	Aprovado
07/03/2017	4226	6223	R\$ 432,52	R\$ 52,91	Alexandre Guedes	São Paulo/SP	01 CX 04	AZUL	Mercadoria Roupada	-	-	-	Aguar. Posição
10/03/2017	-	6244	R\$ 3.046,09	R\$ 201,10	SENAC	Rio de Janeiro/RJ	10 CAIXAS	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	NÃO	-	R\$ 60,20	Aprovado
04/04/2017	4264	6415	R\$ 299,70	R\$ 174,34	André Luiz Carvalho	Petrópolis/RJ	01 CX 04	AZUL	Foi enviado 03 garrafas incorretamente. Realizamos a troca. No momento do retorno das garrafas incorretas as mesmas quebraram.	SIM	-	R\$ 414,72	Aprovado
05/04/2017	4313	6437	R\$ 304,57	R\$ 64,00	Márcio Fortamp	Florianópolis/SC	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	-	-	R\$ -	Negado
13/04/2017	4345	6495	R\$ 441,21	R\$ 48,78	Pedro Monferrari Monteiro Vianna	Niterói/RJ	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	SIM	-	R\$ 489,99	Aprovado
18/04/2017	4372	6534	R\$ 877,10	R\$ 155,05	Acyr Aveilino do Lago Filho	Terestina/PI	02 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	SIM	-	R\$ 119,28	Aprovado
18/04/2017	4384	6536	R\$ 371,40	R\$ 95,54	Victor Kursanczew Neto	Jowville/SC	01 CX 04 e 01 CX 02	AZUL	Aviaria Parc. 04 garrafas	SIM	-	R\$ 275,29	Aprovado
26/04/2017	4404	6569	R\$ 883,13	R\$ 79,57	Virgílio Machado	Santos/SP	01 CX 04 e 01 CX 02	AZUL	Aviaria Parc. 02 garrafas	-	-	R\$ -	Negado
09/05/2017	4445	6615	R\$ 1.918,39	R\$ 212,28	Acyr Aveilino do Lago Filho	Terestina/PI	03 CX 04 e 01 CX 02	AZUL	Extravio Parc. 04 garrafas	NÃO	-	R\$ 681,62	Aprovado
06/06/2017	4617	3607	R\$ 146,82	R\$ 31,17	André Peres	Jundiaí/SP	01 CX 02	AZUL	Aviaria Total	-	-	R\$ -	Negado
08/06/2017	4626	3626	R\$ 198,82	R\$ 45,94	Valéria Leonidas Braga	Salvador/BA	01 CX 02	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
08/06/2017	4629	3617	R\$ 550,88	R\$ 69,41	Guilherme Campos Soares	Recife/PE	01 CX 04 e 01 CX 02	AZUL	Aviaria Parc. 02 garrafas	-	-	R\$ -	Negado
08/06/2017	4582	3621	R\$ 362,09	R\$ 55,59	Tainara Marins	Botucatu/SP	01 CX 02	AZUL	Aviaria Total	-	-	R\$ -	Negado
08/06/2017	4628	3618	R\$ 1.332,59	R\$ 91,91	Mara Alzira Ferraz Carvalho	Rondópolis/MT	02 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	R\$ -	Negado
11/06/2017	4657	3635	R\$ 142,40	R\$ 37,58	Guastavo Serrno Lamas	Rio de Janeiro/RJ	01 CX 02	AZUL	Aviaria Total	-	-	R\$ -	Negado
11/06/2017	4653	3651	R\$ 135,90	R\$ 31,05	Julo F S Prado	São José do Rio Preto/SP	01 CX 02	AZUL	Aviaria Total	-	-	R\$ -	Negado
11/06/2017	4660	3639	R\$ 574,53	R\$ 43,35	Thiago Efigueredo Ramos	Niterói/RJ	01 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	R\$ -	Negado
21/06/2017	4702	3681	R\$ 1.253,64	R\$ 98,48	Bruno Campana	São Paulo/SP	03 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	R\$ -	Negado
28/06/2017	4730	3711	R\$ 369,97	R\$ 58,17	Elvis Ribeiro da Silva	Belém/PA	01 CX 02	AZUL	Extravio	-	-	-	Aguar. Posição
17/07/2017	4825	3781	R\$ 837,63	R\$ 249,40	David Araújo	Itabaíta/BA	04 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	R\$ -	Negado
15/08/2017	4953	3881	R\$ 481,12	R\$ 44,62	Giovana Pena Ferraz	São José do Rio Preto/SP	01 CX 04	AZUL	Aviaria Total	SIM	-	R\$ 525,74	Aprovado
23/08/2017	5104	122	R\$ 3.066,79	R\$ 85,97	Felipe Rodrigues Pacheco Brito	Terestina/PI	01 CX 06 e 01 CX 02	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	-	Aguar. Posição
09/11/2017	5375	4162	R\$ 120,40	R\$ 41,73	Assoc. Brasileira de Sommelier	Belo Horizonte/MG	01 CX 01	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
13/11/2017	5380	4160	R\$ 218,11	R\$ 42,63	Mônica Ribeiro Cardoso	Rio de Janeiro/RJ	01 CX 02	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	-	Aguar. Posição
26/11/2017	5613	4305	R\$ 643,55	R\$ 45,39	Marcela Gl Fraga	Recife/PE	01 CX 01	AZUL	Aviaria Total	-	-	-	Aguar. Posição
13/12/2017	5700	4427	R\$ 716,80	R\$ 51,61	Divinangelo de Lulis	Curitiba/PR	02 CX 04	AZUL	Extravio 01 Volume	-	-	-	Aguar. Posição
19/12/2017	5743	4443	R\$ 298,76	R\$ 48,83	Mauro André Fernandes da Silva	São José do Rio Preto/SP	01 CX 04	AZUL	Aviaria Parc. 01 garrafa	-	-	-	Aguar. Posição

Legenda	Aprovado
	Negado
	Aguar. Posição