

Distribuição Física e Canais de Distribuição

Como o produto chega até você?

🛒 Compra em loja física

Você entra em uma loja, encontra o produto na prateleira e leva para casa. O produto já estava lá, disponível, no momento em que você chegou.

Pergunta: **Como ele foi parar nessa prateleira?**

📦 Compra pela internet

Você faz o pedido online e, dias depois, o produto chega no seu endereço. O produto saiu de algum lugar e percorreu um caminho até você.

Pergunta: **Que caminho foi esse?**

Em ambas as situações, o produto percorreu um caminho. Esse caminho não acontece por acaso — ele é planejado e executado pela **distribuição física**.

O que é distribuição física?

Distribuição física é a parte da logística responsável por organizar o deslocamento e a disponibilidade do produto acabado até o mercado ou o cliente final — no lugar certo, na hora certa e nas condições adequadas.

Valor de lugar

O produto precisa estar disponível **onde** o cliente ou o mercado necessita. Sem disponibilidade no local certo, a venda não acontece.

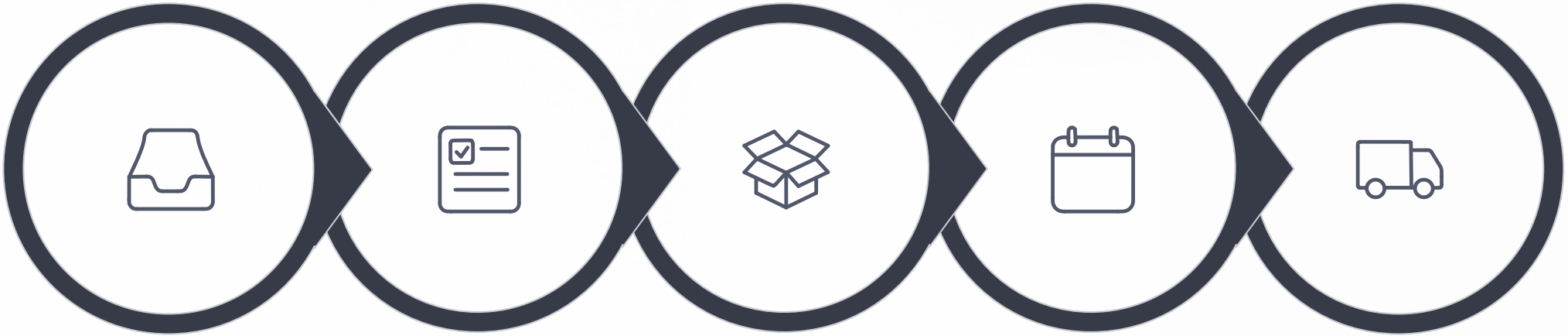
Valor de tempo

O produto precisa estar disponível **quando** é necessário. Chegar antes ou depois do momento certo pode representar perda de venda ou cliente insatisfeito.

Distribuição física não é apenas entrega. É um **sistema de decisões** que começa antes do produto sair do estoque e termina quando ele chega ao destino nas condições combinadas.

Distribuir é mais do que transportar

O transporte é apenas uma das atividades do sistema de distribuição. Antes de um produto sair para entrega, várias etapas precisam acontecer:



Além dessas etapas, o sistema de distribuição também envolve **armazenagem, gestão de informações, acompanhamento do pedido e tratamento de devoluções**. Uma decisão em qualquer etapa afeta o prazo, o custo e a qualidade do atendimento.

Quem participa do canal?

O percurso de um produto envolve diferentes participantes, cada um com uma função específica no fluxo:

1

Fabricante

Produz ou finaliza o produto e inicia o fluxo de distribuição.

2

Distribuidor

Atende uma região ou conjunto específico de clientes.

3

Atacadista

Compra em grande volume e redistribui em lotes menores.

4

Varejista

Disponibiliza o produto diretamente ao consumidor final.

5

Consumidor

Destino do fluxo e usuário final do produto.

Nem todo produto passa por todos esses participantes. A configuração do percurso define o que chamamos de **canal de distribuição**.

Canal direto e canal indireto

A principal diferença está na presença ou ausência de **intermediários comerciais** entre fabricante e consumidor.

Canal direto

Fabricante → **Consumidor**

Nenhum intermediário. O próprio fabricante vende e entrega ao cliente. Exemplo: produtor rural que vende direto na feira.

Canal indireto curto

Fabricante → Varejista → **Consumidor**

Um intermediário. O varejista compra do fabricante e disponibiliza ao consumidor. Exemplo: supermercado.

Canal indireto longo

Fabricante → Atacadista ou Distribuidor → Varejista → **Consumidor**

Dois ou mais intermediários. Amplia o alcance geográfico. Exemplo: bebidas, alimentos, produtos de limpeza.

Qual canal é melhor?

Não existe uma configuração universalmente superior. A escolha do canal depende de um conjunto de fatores ligados ao produto, ao mercado e à capacidade da organização:

- **Concentração ou dispersão** dos compradores no território
- **Volume** habitualmente comercializado por pedido
- **Características físicas** do produto (peso, volume, perecibilidade)
- **Frequência de compra** e necessidade de reposição
- **Cobertura geográfica** desejada pela organização
- **Necessidade de disponibilidade** imediata pelo consumidor
- **Capacidade de atendimento** da própria organização

A escolha do canal altera as necessidades de **estoque, transporte, informação e coordenação** em toda a operação.

Do pedido à entrega

Processar um pedido significa transformar informações recebidas em **ações operacionais confiáveis**. Cada etapa tem impacto direto no prazo e na qualidade do atendimento:



Separação

Os itens precisam ser **localizados, coletados e conferidos** corretamente. Erros aqui geram devoluções e retrabalho.

Programação da entrega

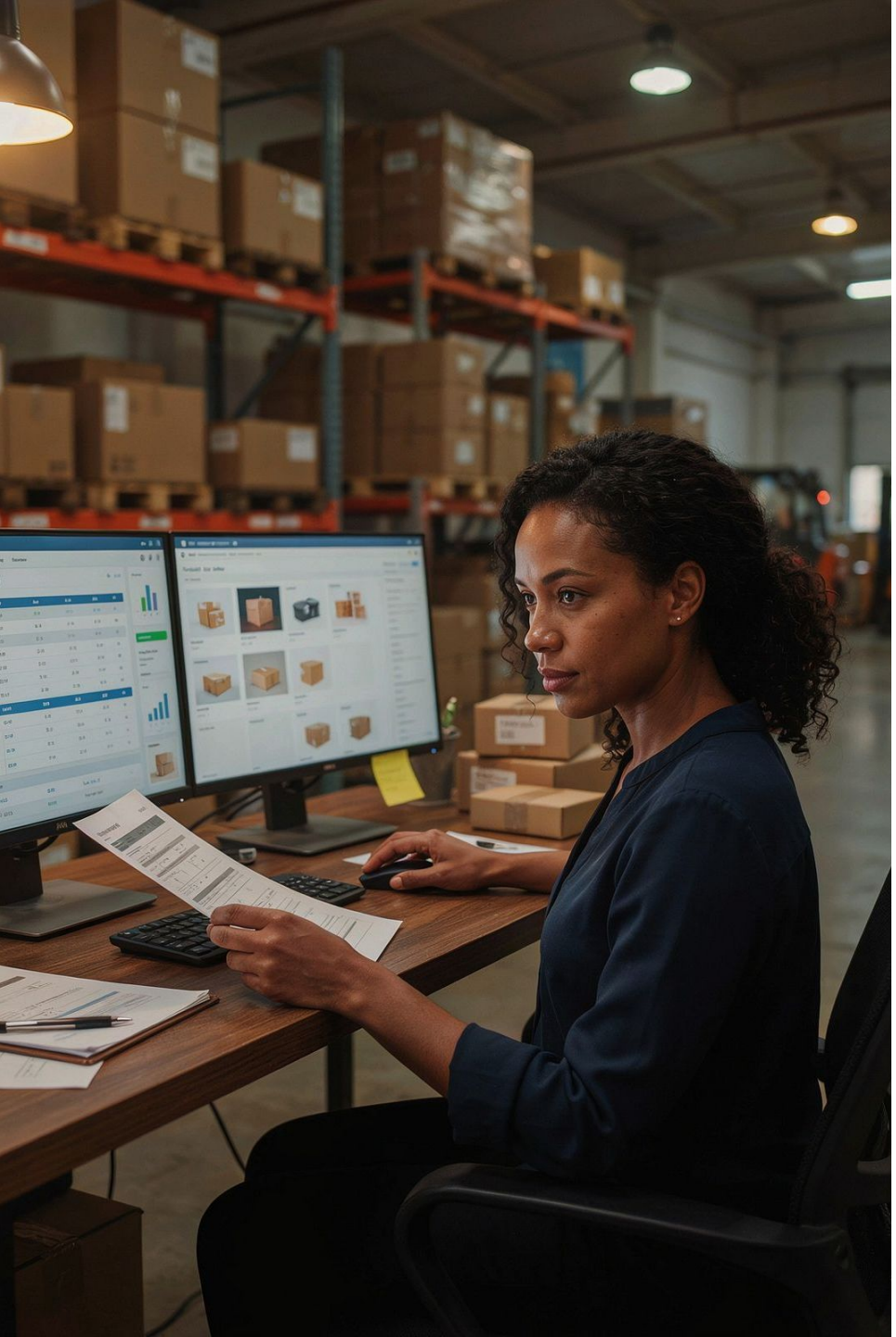
Considera **destino, prazo, capacidade do veículo e sequência** de atendimento para otimizar o percurso.

Prazo, custo e cobertura estão relacionados

Decisões de distribuição produzem consequências em mais de uma dimensão ao mesmo tempo. Veja as relações:

Decisão	Possível vantagem	Possível limitação
Estoque mais próximo do mercado	Reduz prazo de entrega	Exige mais estrutura e pode elevar custos
Operação centralizada	Reduz duplicação de estoques	Pode aumentar distâncias e prazos
Mais intermediários no canal	Amplia cobertura geográfica	Exige maior coordenação e pode reduzir margem
Entregas frequentes em lotes menores	Aumenta responsividade ao cliente	Eleva quantidade de viagens e custo por entrega

Uma decisão de distribuição deve considerar o conjunto da operação, e não apenas uma variável isolada.



O que muda no comércio eletrônico?

O consumidor realiza a compra em poucos cliques — mas o produto ainda precisa **percorrer todas as etapas físicas da distribuição**. O que muda é a escala e a complexidade operacional:

- **Grande número de pedidos individuais,** cada um com endereço de entrega diferente
- Pedidos geralmente em **volumes menores** do que no comércio tradicional
- Necessidade de **informação em tempo real** sobre preparação e entrega
- Maior importância da **programação e do acompanhamento** de cada pedido

A entrega não termina sempre na porta do cliente

Etapa final da entrega

É o trecho em que o produto segue para o endereço onde a entrega será concluída. Pode envolver **muitos destinos, trânsito intenso, horários restritos, acesso limitado** e disponibilidade do recebedor.
É uma das etapas mais caras e complexas da distribuição.

Devoluções e fluxo reverso

Produtos podem retornar por **erro no pedido, divergência de quantidade, defeito, recusa ou troca**. O fluxo reverso também fornece informações valiosas sobre falhas no processo.



O que precisamos levar desta aula?

1 Distribuição física é um sistema

Torna o produto disponível ao mercado e envolve muito mais do que transporte — inclui armazenagem, processamento de pedidos, informação e devoluções.

2 Canais organizam o percurso

Os canais de distribuição definem quem participa do caminho entre o fabricante e o consumidor.

3 Direto ou indireto, com diferentes participantes

A presença ou ausência de intermediários muda o alcance, o custo e a coordenação necessária.

4 A escolha envolve relações entre variáveis

Prazo, custo, disponibilidade, cobertura e características do mercado determinam a configuração mais adequada.

> O caminho de um produto até o consumidor é resultado de **decisões logísticas** — não acontece por acaso.

Obrigado e até a próxima!

Uma ótima volta para casa!