



**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA
CURSO DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA RELATÓRIO DO
PROJETO INTERDISCIPLINAR I**

**CADEIA DE SUPRIMENTO DA EMPRESA MAGAZINE
LUIZA-HIDROLÂNDIA-GO**

Deuzimar Jose de Oliveira
Dyego Araújo Lima
Klemilson Ferreira De Sousa Barros
Luciano Martins Rodrigues
Wesdra De Jesus Sousa

Professora orientadora: Prof.^a M.a Maria Aparecida Dos Reis Rachid

Aparecida de Goiânia, 2019



**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA
CURSO DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA RELATÓRIO DO
PROJETO INTERDISCIPLINAR I**

**CADEIA DE SUPRIMENTO DA EMPRESA MAGAZINE
LUIZA-HIDROLÂNDIA-GO**

Relatório do Projeto Interdisciplinar I,
apresentado em cumprimento às
exigências do curso de tecnologia em
logística.



**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA
CURSO DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA RELATÓRIO DO
PROJETO INTERDISCIPLINAR I**

Deuzimar Jose De Oliveira
Dyego Araujo Lima
Klemilson Ferreira de Sousa barros
Luciano Martins Rodrigues
Wesdra De Jesus Sousa

**CADEIA DE SUPRIMENTO DA EMPRESA MAGAZINE
LUIZA-HIDROLÂNDIA-GO**

Relatório do Projeto Interdisciplinar I,
apresentado em cumprimento às
exigências do Curso de Tecnologia em
Logística.

Avaliado em _____ / _____ / _____

Nota Final: () _____

1. Professora Orientadora: Prof.^a M. a Maria Aparecida dos Reis Rachid

2. Professor Leitor:

Aparecida de Goiânia, 2019

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	05
1. CONCEITO DO NEGÓCIO	06
1.1. Identificação da Empresa	06
1.2. Histórico da Empresa.....	06
1.3. Descrição do Negócio.....	06
2. OBJETIVOS	07
2.1. Objetivo Geral	07
2.2. Objetivos Específicos	07
3. METODOLOGIA	07
4. DESENVOLVIMENTO	08
4.1. Estrutura Organizacional da Empresa	08
4.2. Cadeia de Suprimentos	10
4.2.1. Localização de Fornecedores	11
4.2.2. Fabricação de Produtos	12
4.2.3. Armazenagem do Produto	12
4.2.4. Entrega do Produto	13
4.2.5. Devolução do Produto Pelo Cliente.....	13
4.2.6. Feedback.....	14
4.2.7. Cadeia de Distribuição	14
CONCLUSÃO	16
REFERÊNCIAS	17

INTRODUÇÃO

Com o crescimento do mercado e a competitividade é notório que a logística vem sendo cada vez mais adaptada em busca de seu objetivo nas empresas com foco de satisfazer clientes que estão cada vez mais exigentes e redução de custos, segundo Ballou (1993, p.19) “custo logístico são fator-chave para estimular o comercio”.

Este projeto interdisciplinar busca o processo da cadeia de suprimentos compreendendo as estruturas organizacionais e analisar, localização de fornecedores de matéria-prima, fabricação do produto, armazenagem do produto, entrega do produto, devolução do produto pelo cliente caso necessário, feedback através do serviço de atendimento ao cliente e melhoria do processo, onde necessário. a entrada de mercadoria passando por todo os procedimentos logístico até a entrega final ao cliente.

A empresa escolhida apresenta-se como oportunidade de agrega no projeto de pesquisa um amplo conhecimento em toda a logística, considerando a forte atuação logística que a empresa possui, na qual um dos componentes do grupo e colaborador da empresa Magazine Luiza Hidrolândia-GO que facilita disponibilidade e acesso as suas informações com eficiência.

1. CONCEITO DO NEGÓCIO

1.1. Identificação da Empresa

Razão social: Magazine Luiza S/A

Nome Fantasia: Magazine Luiza

Endereço: BR 153 Rua 33 KM 0 Setor Garavelo Sul - Telefone: (62) 3412-9320

E-Mail: atendimento.site@magazineluiza.com.br Cidade: Hidrolândia- GO

1.2. Histórico da Empresa

Em 1957, quando Magazine Luiza era chamada de A Cristaleira, a responsável pela entrega era a Dona Luiza e na época já existia a figura do motorista, um funcionário que dirigia o chevrolet C-14, atuando sempre em Franca e região, quando a mercadoria era de fácil manuseio e os locais de entrega próximo utilizava bicicleta de carrocerias para levar os produtos até a casa dos clientes. Em 1971 a frota aumenta, e era composta por um veículo Ford 350, 4 peruas kombis com carrocerias, e uma Mercedes 608. Trabalhava seis motoristas e seis ajudantes para atender demanda e uma curiosidade da época é que no ato da entrega as mercadorias eram desembaladas e instalada pelos próprios motoristas. Atualmente a Magazine Luiza trabalha com 453 carreteiros, 33 transportadores e 192 veículos próprio, atendendo clientes em todo Brasil.

1.3. Descrição do Negócio

A empresa Magazine Luiza trabalha no ramo varejista móveis, eletrodomésticos, aparelhos eletrônicos, celulares, brinquedos, entre outros departamentos. Conta com centros de distribuição espalhado em todo o território nacional, sendo que este Centro, que será a base da pesquisa do presente trabalho interdisciplinar está localizado na cidade de Hidrolândia – Goiás. Em uma área alugada. a empresa tem em seu quadro de pessoal 122 colaboradores, dividido em três turnos. Oferece uma ampla linha de produtos, ao seu público, principalmente da classe média, de clientes das cidades de Goiânia e Aparecida de Goiânia, bem como

os atendidos pela loja virtual. que visa facilitar os acessos dos consumidores aos seus sonhos.

Como fornecedores a empresa tem uma carteira de 27, sendo os principais: Samsung, Continental, LG, Motorola, Positivo, Nokia, Philco, Walita, Semp Toshiba, Mondial.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo Geral

Realizar estudos sobre a cadeia de suprimentos da empresa Magazine Luiza – Unidade de Hidrolândia-GO, comparando a prática à literatura pertinente, e sugerir melhorias possíveis.

2.2. Objetivos Específicos

- Verificar os processos de recepção, armazenamento e movimentação dos itens de estoques.
- Verificar os processos de entrega e logística reversa dos produtos comercializados.

3. METODOLOGIA

Para a elaboração do presente projeto interdisciplinar, será realizada uma pesquisa de campo no Centro de Distribuição da Magazine Luiza, em Hidrolândia –

GO. Sobre pesquisa de campo conforme Lakatos (2010, p.169) “consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorre espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presume relevantes, para analisá-los”.

O acesso a informações será viabilizado pelo gerente geral da empresa, disponibilizando o organograma, dados, sistema da empresa, site e tecnologia usada dentro do centro de distribuição.

A pesquisa bibliográfica, segundo Gil (2010, p.29) “é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, esta modalidade de pesquisa inclui material impresso, como livros, revistas, jornais, tese, dissertações e anais de eventos científicos”. Pode ser elaborada para o bom entendimento da pesquisa, que propiciará como a empresa tem colocado em prática e suas políticas.

As ferramentas disponíveis, debate entre os integrantes do projeto de pesquisa e com os colaboradores da empresa colaborou para conclusões qualitativas sobre a empresa.

Nesse sentido, ao reunir uma mostra específico de pesquisa, ligada somente pelo fato de ter sido seus componentes escolhidos para responder como questão predeterminada de pesquisa, tais pesquisadores preferem “fabricar” seus dados a “descobri-los” em “campos”. (Silvermam 2010, p.60).

As técnicas utilizadas nesse projeto de pesquisa e voltada ao entendimento e atingir nosso objetivo estabelecido para almejar benefício a empresa, leitores e todos os envolvidos. E por meio de uma relatoria, segundo Lakatos (2010, p.155) “exposição geral da pesquisa, desde o planejamento às conclusões, incluindo os processos metodológicos empregados. Deve ter como base a logica, a imaginação e a precisão a ser expresso em linguagem simples, clara, objetiva, concisa e coerente.” Os processos metodológicos empregados serão apresentados e avaliados por uma banca examinadora.

4. DESENVOLVIMENTO

4.1. Estrutura Organizacional da Empresa

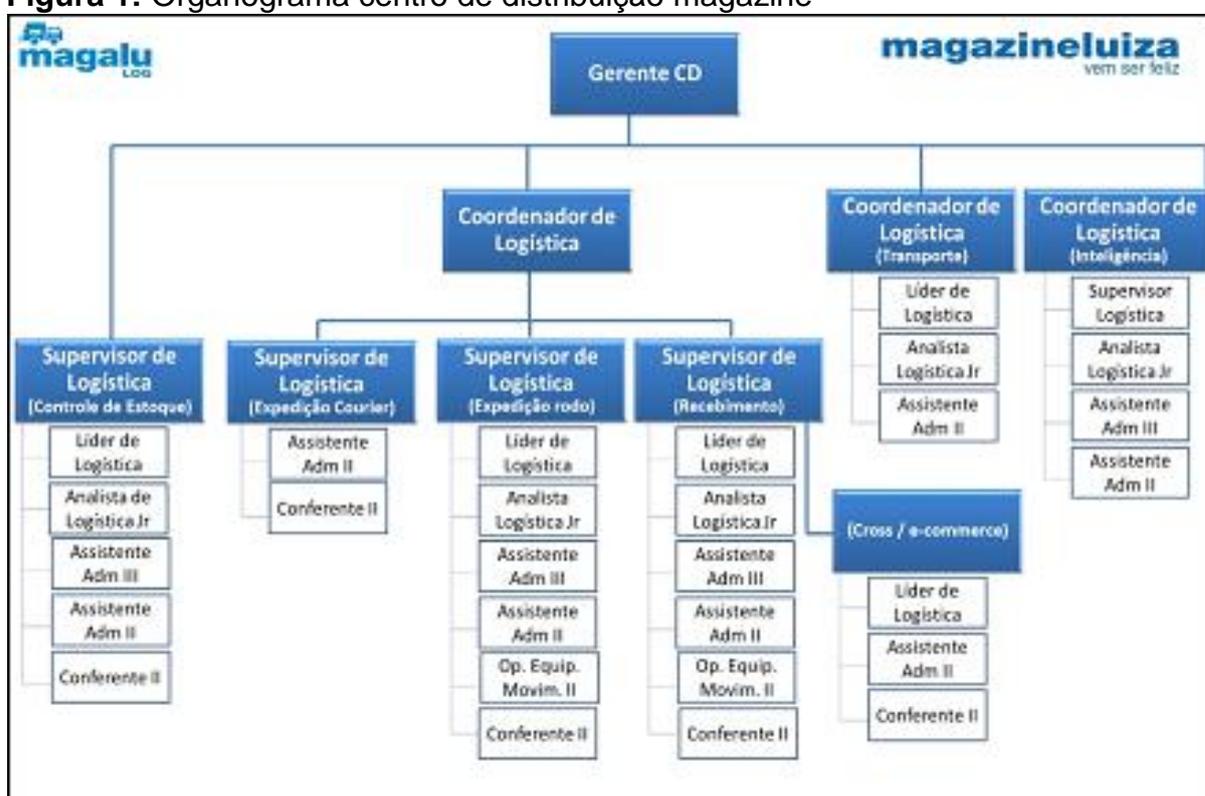
Em referência as estruturas organizações e a importância de defini-las, segundo Hall,

a estrutura organizacional atende três funções básicas. Em primeiro lugar, as estruturas tencionam realizar produtos organizacionais e atingir metas organizacionais. Em segundo lugar, estruturas se destinam a minimizar ou pelo menos regulamentar a influência das variações individuais sobre a organização. Impõem-se estruturas para assegurar que os indivíduos se conformem às exigências das organizações e não o inverso. Em terceiro lugar, as estruturas são os contextos em que o poder é exercido (as estruturas também estabelecem ou determinam quais posições tem poder sobre quais outras), em que as decisões são tomadas (o fluxo de informação que entra em uma decisão e basicamente determinado pela estrutura) e onde são executadas as atividades das organizações. (Hall,1984, p.38).

E notável a um entendimento da estrutura. “Para representar a estrutura organizacional, deve ser utilizado o gráfico universal denominado organograma. O organograma é conceituado como a representação gráfica e abreviada da estrutura da organização”. Cury (1995, p.229).

Nessa oportunidade apresenta-se o organograma da empresa, a qual tem sede na cidade de Franca, interior de São Paulo, contudo, o desenvolvimento do presente projeto será realizado no Centro de Distribuição, na cidade de Hidrolândia-GO, O organograma ora apresentado refere-se apenas a estrutura deste Centro de Distribuição.

Figura 1: Organograma centro de distribuição magazine



Fonte: Magazine Luiza, 2019.

A estrutura organizacional da empresa demonstra as hierarquias, posição e papel de cada colaborador. A gerência do Centro de distribuição tem por sua responsabilidade todas as áreas da empresa. Os coordenadores de logística, realiza as demandas de longos prazos, empostas pela gerência, em médio e curto prazo, que em suas responsabilidades a área de transporte, expedição, recebimento e inteligência logística confecciona seus objetivos. O coordenador de logística tem a

missão de transmitir metas e demandas para suas áreas, a inteligência logística planeja e aplica todo processo a ser seguido.

4.2. Cadeia de Suprimentos

O pilar de sucesso das empresas em ter credibilidade em cada parte da cadeia de suprimento é árduo, raro e requer anos de estudos e prática para que isso aconteça.

Entender o funcionamento da cadeia de suprimento e como geri-la da melhor maneira possível, então é a tarefa obrigatória a todo empreendedor, ela pode ser simples compreendendo seu negócio, seus clientes e seus fornecedores.

A empresa em estudo planeja cuidadosamente todo o percurso dos recursos, desde a fonte de matérias-primas até o consumidor final. Com base na teoria do Ballou, (210) e preciso que a empresa saiba os tipos de demanda nível de serviço requerido pelo consumidor, a distância que esta do cliente, seus custos e alguns outros pontos que seja relevante.

A logística/cadeia de suprimento é um conjunto de atividades funcionais (transporte, controle de estoque etc.) isso repete-se muitas vezes ao longo do canal pelo qual as matérias-primas vão sendo convertidas em produtos acabados, aos quais se agregam valores ao consumidor. Uma vez que as fontes de matérias-primas, fábricas e pontos de vendas em geral não têm a mesma localização e o canal representa uma sequência de etapas de produção, as atividades logísticas podem ser repetidas várias vezes até o produto chegar ao mercado. Então, as atividades logísticas se repetem à medida que produtos usados são transformados a montante no canal logístico (Ballou, 2010, p. 29).

Analisando a cadeia de suprimento pode-se perceber um melhor objetivo da empresa em seu seguimento logístico, suas etapas conclusivas, mantendo um elo englobando todos os processos.

A gestão da cadeia de suprimento baseia-se nessa estrutura e busca conquistar articulação e coordenação entre os processos de outras entidades e consideração, ou seja, fornecedores, clientes e a organização em si. Assim, por exemplo, uma meta de gestão da cadeia de suprimento pode ser a de reduzir ou eliminar buffers¹ de estoques, que existem entre organizações em uma cadeia, mediante partilha de informações sobre os níveis atuais de estoque e de demanda. (Christopher 2011, p.3).

¹ Buffers de estoques: estoque de segurança.

A cadeia de suprimento na empresa em estudo, que trabalha no ramo varejista tem seus requisitos relevante na logística com seus seguimentos, produção, fornecimento, localização e informação. Buscando atender seus níveis de excelência na entrega ao cliente final. Pode ser definida como um sistema de organização, pessoas, informações e recursos envolvidos na atividade de transportar produtos ou serviços dos fornecedores aos clientes.

4.2.1. Localização de Fornecedores

Estrategicamente é importante cuidar da localização geografia dos fornecedores para que tenha economia nos custos, reduzindo o tempo de recebimento, atendendo as necessidades de prazo de entrega e suprimindo as necessidades da empresa.

A seleção envolve identificar os possíveis fornecedores, agrupar itens a serem supridos pelos mesmos fornecedor, avaliar as condições de qualidade, financeiras e de confiabilidade de entrega de cada fornecedor, e analisar a possibilidade de contrato de abastecimento de médio e longo prazo, procurando estabelecer parcerias. Para que essas atividades sejam desenvolvidas a contento, e imprescindível um cadastro de fornecedores que considere os diferentes aspectos do fornecimento e que se encontre permanente atualizado. (Laugeni 2006, p.263)

Quanto ao Centro de Distribuição Magazine Luiza-Hidrolândia-GO, decidido estrategicamente a sua localização geográfica situada no centro do território nacional, possibilitando maior facilidade de acesso de seus fornecedores, na entrega de produtos acabados por via terrestre pelo modal rodoviário. A empresa em estudo, possui uma ampla variedade de produtos, recebe mercadorias de eletrônicos da LG (lifes good) ManausAM, televisores da marca Penske Cajamar-SP, notebook da Positiva Manaus-AM, forno eletrônicos da Whirlpool Rio Claro-SP, estofados, camas da Viero Moveis Concordia-SC, chips da Tim Brasília-DF, entre outros. Corresponde o processo da cadeia de suprimento do centro de distribuição Magazine Luiza-Hidrolândia-GO, tornando viável a localização dos fornecedores em redução de custo do frete correspondendo o tempo do fluxo.

4.2.2. Fabricação de Produtos

Geralmente os insumos para a fabricação de produtos, adotada nas empresas ocasionando um dos maiores custos logísticos na cadeia de suprimento. Segundo Gurgel (1995, p.13). “Desenvolver produtos de alta qualidade, a um preço competitivo, e proporcionar um excelente serviço ao cliente e o mais significativo conjunto de atividades, que gera valor para o cliente e, portanto, não poderá estar disperso e segmentado dentro das estruturas especializadas”.

No entanto o Centro de Distribuição Magazine Luiza-Hidrolândia-GO não trabalha na fabricação de produto, se trata de empresa varejista, com produtos acabados. Porém se preocupa com as matérias-primas de seus fornecedores para que não tenha uma quebra do ciclo da cadeia de suprimento.

E do departamento estratégico da empresa elabora esse estudo, visando o trabalho de evitar quebra do elo de ligação, entre matérias primas, fornecedores e consumidores.

4.2.3. Armazenagem do Produto

Todo o armazenamento da situada empresa em estudo e altamente destinadas a operação de alto nível de rotatividade, os produtos são recebidos em duas classes Cross Docking ²e compra direta de fornecedores. Suas armazenagens são separadas em famílias onde cada classe dos produtos tem seus destinos localizados, perfeição do espaço físico da empresa. Os produtos são alocados em paletes e destinados aos seus endereços, em cada rua determina qual o produto deve ser armazenado.

Pelo ponto de vista do moderno operador logístico, pode-se definir armazenagem como a gestão econômica do espaço necessário para manter estoque de mercadorias pertencentes a terceiros. Isto engloba todas as funções de localização, dimensionamento de área, arranjo físico, recuperação do estoque, projetos de docas ou baias de atracação e configuração do armazém. (Ambrosio 2011, p.11)

² Cross Docking: sistema de distribuição, no qual a mercadoria recebida num armazém ou centro de distribuição, não é estocada como seria prática comum até há pouco tempo, mas é preparada para o carregamento e distribuição ou expedição a fim de ser entregue ao cliente ou consumidor imediatamente, ou, pelo menos, o mais rapidamente possível.

Conforme recomendação do Ambrosio (2011), todo o processo de armazenagem da empresa em estudo, trabalha em pro da diminuição do espaço e foco na organização de seus produtos, mantendo suas mercadorias integras, alojando maior volume de produtos em menor espaço possível, otimizando o espaço. A loja de três a quatro produtos diferentes em um único palete, que faz o empilhamento em prateleiras, evita separa produtos em prateleiras ocupando menos espaço.

4.2.4. Entrega do Produto

Segundo Galvão. (2007, p.241) “o objetivo geral da distribuição física, como meta ideal, e o de levar os produtos certos para os lugares certos, no momento certo e com o nível de serviços desejado, pelo menor custo possível”.

Todas as entregas do Centro de distribuição do magazine Luiza-Hidrolândia GO, são terceirizadas buscando diminuir os custos operacionais de distribuição. Com toda a estrutura logística dos transportes são avaliadas as frotas terceirizados para que possa ter entrega do produto ao cliente, de forma ágil, com qualidade e no menor tempo possível mantendo sempre abastecidas suas lojas. Os 30% do custo de um produto e compreendido pelo transporte, então usar o modo de transporte correto e crucial. Levando em consideração os assuntos abordados pelo autor Galvão (2007).

4.2.5. Devolução do Produto pelo Cliente

A flexibilidade no retorno de mercadorias aos consumidores finais e uma estratégia ainda pouca utilizada no Brasil, mas tem sido utilizado nos Estados Unidos como forma de gerar competitividades no varejo, permitindo arrependimento no pós compra e creditando o cliente nas mesmas condições em que as mercadorias foram compradas. Leite (2009, p.35).

Os produtos de devolução da Magazine Luiza-Hidrolândia-GO, tem sua política definida em relação a devolução do produto pelo seu cliente, a empresa está sempre empenhada a minimizar perda e satisfazer o seu cliente, a devolução do produto ou por avaria ou arrependimento pelo cliente e tratada da seguinte forma, por avaria o produto que e identificado nesse estado de defeito e recolhido e estipula um prazo máximo de sete dias e entregue um outro em perfeito estado de uso, desde que essa

avaria seja feito pela empresa em alguma etapa até a entrega e não foi percebida, a avaria causada pelo cliente não tem direito a esse sistema de troca de produto. Já por arrependimento ou desistência, o cliente tem direito de escolher um outro produto de mesmo valor ou superior, desde que ele pague a diferença ou a devolução de todo o dinheiro sem cobrança de taxa do cliente. A empresa Magazine Luiza sempre oferece alternativas que sejam vantajosas para o cliente, ao mesmo tempo desonerem seu negócio nas perdas causada por uma devolução.

4.2.6. Feedback³

De acordo com Ballou (2006), com o retorno de informações passada pelo cliente, o feedback da empresa aprimorara a satisfação do cliente, para vantagem competitiva no pós-venda. São desenvolvidos treinamentos internos para melhoria no atendimento do feedback. É uma forma de medir a qualidade dos serviços prestados ao cliente.

Há circunstâncias em que a incerteza do desempenho do serviço ao cliente não pode ser controlada com o grau de confiança pretendido pelos clientes. Nesse caso, haveria a alternativa de reduzir o impacto de incerteza pelo uso da informação. Uma prática óbvia é abastecer os clientes com informação sobre a situação de seus pedidos. (Ballou 2006, p.110)

4.2.7. Cadeia de Distribuição

A Magazine Luiza-Hidrolândia-GO, atua na distribuição dos produtos, com frotas terceirizadas, atendendo todos os pedidos processados, no tempo certo, na quantidade certa, no lugar certo.

Os especialistas logísticos denominam distribuição física de produto ou resumidamente distribuição física os processos operacionais e controle que permite transferir os produtos desde o ponto de fabricação até o ponto em que a mercadoria é finalmente entregue ao consumidor. Em geral, esse ponto final da distribuição física é a loja de varejo, mas a muitos casos de entrega de produto na casa do consumidor, situação essa observada principalmente com produto pesado e/ou volumosos. Assim, os responsáveis pela distribuição física operam elementos específicos, de natureza predominantemente material: depósito, veículos de transportes, estoques, equipamentos de carga e descarga, entre outros. (Novaes 2007, p.123).

³ Feedback: é uma palavra inglesa que significa realimentar ou **dar** resposta a um determinado pedido ou acontecimento.

A empresa em estudo, parceria com seus fornecedores abastece seu próprio Centro de Distribuição Hidrolândia-GO, a partir desse ponto, abastece as lojas de varejos, os produtos são processados, o operador logístico, que posteriormente faz a entregas as lojas do varejo. O centro de distribuição com sua frota terceirizada entrega o produto diretamente na loja, em partes realiza entrega direta ao consumidor final, utilizando correios ou serviços courier, por vendas indiretas, internet, site, telefone ou fax.

CONCLUSÃO

O trabalho realizado demonstra suas importâncias logística e todo o processo da cadeia de suprimento da empresa em estudo, a diversidade dos serviços logísticos, necessitam da valorização e manutenção de qualidade dos produtos e serviços prestados, para que seja fonte de vantagem competitiva.

É notório a teoria aplicada em sala de aula sendo executada no Centro De Distribuição da Magazine Luiza-Hidrolândia-GO. Todo um processo da cadeia de suprimento, na qual a compressão se tornou mais clara e precisa na prática, acompanhando as novas tecnologias e processo de novidade no mercado. As informações dados e delimitação dos problemas do processo da cadeia de suprimento são importantes para a empresa para tomada de decisão que visa satisfazer o cliente final e reduzir custos.

Com o crescimento do mercado e a competitividade a empresa busca sempre estar entre os melhores concorrentes, apostando sempre em novas tecnologias e mantendo todos os processos da empresa atualizada e acompanhado as novas tecnologias. A logística agrega tanto para a empresa como para os integrantes desse trabalho, busca se demonstrar nesse trabalho, os conceitos, teorias e os processos logísticos relacionada a empresa Magazine Luiza-Hidrolândia-GO.

REFERÊNCIAS

AMBROSIO RODRIGUES, Paulo Roberto. **Gestão estratégica da armazenagem**: 2 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2007.

BALLOU, Ronald H. **Gerencia da cadeia de suprimento**: Logística Empresarial. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.p.110.

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial**: Transporte, administração de materiais e distribuição física.1 ed. São Paulo:atlas,1993. p.19.

CRISTOPHER, Martin. **Logística gerencia na cadeia de suprimento**: and supply chain management. São Paulo: Cengage learning, 2011.p.03.

CURY, Antonio. **Organização e métodos**: Uma visão holística. 6. ed. São Pulo: atlas,1994. p.229

CURY. A. GURGEL, Floriano. **Administração do produto**: 1 ed. São Paulo: Atlas, 1995. p. 229.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa**: Pesquisa-Metodologia. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.p.29.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**: ciências-metodologia. 7 ed. São Paulo:atlas,2010. p.155.

LEITE, Paulo Roberto. Logística reversa: **Meio ambiente e competitividade**. 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009. p.35.

MARTINS E F. P. LAUGENI, Petrônio Garcia. **Administração da produção**: 2 ed. São Paulo: Revista e Ampliada, 2005.

NOVES, Antonio Galvão. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**: Estratégia, Operação e Avaliação. Rio De Janeiro: Elsevier, 2007. p.123.

SILVERMAM, David. **Um livro bom, pequeno sobre e acessível sobre pesquisas qualitativas**: 1 ed. Porto Alegre: Bookmam, 2010. p 60.