



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

ANÁLISE DA CADEIA LOGÍSTICA E DE
SUPRIMENTOS

**MGFC INDÚSTRIA E COMÉRCIO, MICROFUSÃO,
IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO DE PEÇAS
AUTOMOTIVAS - EIRELI**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2019

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
PROJETO INTEGRADO
ANÁLISE DA CADEIA LOGÍSTICA E DE
SUPRIMENTOS
**MGFC INDÚSTRIA E COMÉRCIO, MICROFUSÃO,
IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO DE PEÇAS
AUTOMOTIVAS - EIRELI**

MÓDULO VII

GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS – PROF. RENATA E. DE
ALENCAR MARCONDES

GESTÃO DE OPERAÇÕES DE PRODUÇÃO DE BENS E SERVIÇOS –
PROF. ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO

GESTÃO DE PROCESSOS – PROF. ELAINA CRISTINA PAINA
VENÂNCIO

GESTÃO DA CADEIA DE VALOR, LOGÍSTICA E MATERIAIS –
PROF. ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO

GESTÃO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS – PROF. ELAINA
CRISTINA PAINA VENÂNCIO

Estudante:

Pyetra Cristina da Silva, 16001683

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2019

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	03
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	04
3 PROJETO INTEGRADO	05
3.1 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	05
3.2 GESTÃO DE OPERAÇÕES PRODUÇÃO DE BENS E SERVIÇOS	06
3.3 GESTÃO DE PROCESSOS	07
3.4 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR, LOGÍSTICA E MATERIAIS	08
3.5 GESTÃO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS.	09
4 CONCLUSÃO	10
REFERÊNCIAS	11
ANEXOS	12

1 INTRODUÇÃO

Este projeto tem como objetivo estudar e analisar a cadeia logística e de suprimentos da empresa Biagio Turbos, contextualizando os principais conceitos de cada elemento da cadeia.

A empresa Biagio foi escolhida por conta de que a elaboradora deste projeto trabalha nesta companhia e por realizar este trabalho iria aprofundar os conhecimentos administrativos com foco no seu emprego, gerando assim, resultados reais.

Apenas um integrante elaborou este projeto, por conta da dificuldade de encontrar pessoas que aceitassem realizar o PI em grupo.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa MGFC Indústria, Comércio, Microfusão, Importação e Exportação de Peças Automotivas Eireli, CNPJ: 03.549.475/0001-41, localizada na Av. Dr. Oscar Pirajá Martins, 1640 - Jardim Santo André, São João da Boa Vista – SP é responsável pelas marcas Biagio Turbos, Microfusão Biagio, E-Drive e Metalúrgica Aurora e tem como principais atividades¹ a fabricação de turbos alimentadores para carros e caminhões e a fundição de peças de ferros e aços e existe desde 1963. Porém, nos limites deste trabalho, focaremos na marca “Biagio Turbos”.

A Biagio tem a maior parte de suas vendas no Brasil, mas também tem uma parcela significativa de suas vendas feitas para o exterior. Seu maior cliente, em número de vendas, está localizado no Sudeste do país e por questões de sigilo comercial não deverá ser nomeado. Como a MGFC é uma empresa verticalizada, ou seja, produz todos os principais componentes do turbo, seus principais fornecedores são os de matéria prima, como aço e areia.

Se tratando dos caminhões, o mercado em que atua é o de reposição, autopeças, e no caso dos carros, além do mercado de reposição, atua no mercado de upgrades. Os seus principais concorrentes são: Garrett, Master Power, Mahle, Holset e BorgWarner.

Todas as informações institucionais e de produtos comercializados podem ser encontrados no site da empresa, anexo 1.

3 PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

Os custos são todos os gastos que estão ligados ao produto e são classificados de 4 formas: direto, indireto, fixo e variável. Os custos variáveis são proporcionais ao serviço gerado ou à quantidade de produto. Por exemplo, o custo de matéria prima que varia de acordo com as unidades produzidas. Já o custo fixo independente se há produção ou venda ele permanece o mesmo, como é o caso dos salários e aluguéis. Quando os custos fixos são rateados no custo do produto, a parcela deles em cada produto diminui ou aumenta dependendo do nível de produção.

As outras duas classificações de custos são os diretos e indiretos. Os custos diretos são os custos que estão diretamente ligados ao produto, como é o caso de matérias primas e mão de obra direta. Já os custos indiretos são custos que não estão diretamente ligados ao produto, como é o caso da mão de obra indireta e custo com energia elétrica.

O custo é composto por tudo aquilo que é utilizado na fabricação de um produto, seja de forma direta ou indireta, já as despesas, são todos os gastos necessários com a administração da empresa. As despesas também são classificadas como fixas e variáveis, onde a fixa, independentemente da parcela, se repete todos os meses e a variável tem relação ao volume de atividades da empresa.

Temos também os investimentos que é tudo aquilo que retorna lucro, como é o caso da matéria prima que além de ser considerada um custo do produto é um investimento porque é utilizada para que se fabrique um produto e este produto gere lucro gere lucro.

3.2 GESTÃO DE OPERAÇÕES DE PRODUÇÃO DE BENS E SERVIÇOS

A gestão do estoque e dos suprimentos, se feita de maneira eficaz, pode levar a empresa a ter um diferencial competitivo aos concorrentes. A diminuição de custos dos produtos e das operações logísticas, faz com que o produto fique mais barato.

Segundo a Council of logistics management, uma organização de gestores logísticos a definição de logística é:

Logística é o processo de planejamento e controle do fluxo eficiente e eficaz de mercadorias, serviços e de informações relativas desde o ponto de origem até o ponto de consumo com o propósito de atender às exigências do cliente. (BALLOU, 2006, p.27)

Desta forma entende-se que a logística se inicia desde a compra dos suprimentos até a venda dos produtos.

No caso da Biagio Turbos não foi possível perceber muito bem a logística de suprimentos, porém percebeu-se que a empresa se preocupa bastante com entrega de seus materiais.

Afim de melhorar o seu desempenho logístico a empresa conta com alguns centros de distribuição que atende prontamente seus clientes com as denominadas “vendas casadas”, onde o cliente da Biagio não estoca os turbos, mas sim, liga para a empresa e consegue a entrega do produto em no mínimo 1 dia útil.

3.3 GESTÃO DE PROCESSOS

Processo significa transformar entradas em saídas, por exemplo, o processo de preenchimento de um questionário transforma um documento em branco em um documento preenchido. Já o mapeamento destes processos trata-se de conhecer e compreender como, onde e quando ele ocorre para que evite que saiam resultados errados.

A Biagio conta com muitos processos e boa parte deles são mapeados. Internamente a empresa conta com uma fundição e o processo da fundição deve ser seguido à risca, pois um tempo no forno a mais que o necessário, pode deixar a peça com qualidade inferior a solicitada.

Porém o mapeamento dos processos não é feito de maneira completa, pois um mapeamento completo conta com a descrição do que se espera no final do processo, como fazer, quando fazer e para ser melhor deve conter imagens e até vídeos do processo sendo executado corretamente. Quanto mais detalhes tiver o documento explicando cada processo, menos erros e retrabalhos acontecerão.

Um processo documentado e bem explicado auxilia na continuação do trabalho de forma sistêmica e qualificada independente do colaborador que estiver realizando a tarefa. Na empresa estudada, foi possível perceber que não há um departamento específico para realizar os processos de todos os setores da indústria, porém a Biagio conta com um engenheiro de processos que trabalha na parte de usinagem das peças e este otimiza o trabalho dos usinadores, diminuindo setups e garantindo a repetibilidade e assertividade de todas as tarefas desenvolvidas por aqueles profissionais.

Um tipo de indicador de desempenho que poderia ser utilizado pela Biagio seria o de produtividade, medindo os valores hora/homem e hora/máquina para verificar o que precisa ser melhorado no processo de produção dos turbocompressores.

3.4 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR, LOGÍSTICA E MATERIAIS

O principal produto da Biagio é o turbo compressor, onde a produção é 100% feito dentro da fábrica e, desta forma, os principais suprimentos são ferro e aço. As compras destas matérias primas são feitas, geralmente, 2 vezes ao mês a fim de economizar no transporte.

Quanto a entrega dos turbos, no âmbito nacional, conta-se com alguns parceiros logísticos, como: Braspress, Rodonaves, TG Logística, Setex e Cometa. Onde as entregas são feitas diariamente, já que por uma questão estratégica a empresa vende, também, no varejo.

O custo logístico de entrega, na maioria das vezes é pago pelo cliente. Porém, para obtenção de uma vantagem competitiva e empresa montou 2 centros de distribuição localizados estrategicamente em São Paulo e Goiânia, diminuindo assim o tempo de entrega dos produtos nestas regiões e conseqüentemente os preços dos fretes.

Percebe-se que a empresa em questão está atenta à sua cadeia logística e sabe que uma boa gestão nesta área pode levá-la a ter um diferencial competitivo, por isto investiu em centros de distribuição. Quanto a cadeia de suprimentos, uma boa parte de seus fornecedores estão na região, diminuindo assim o tempo de entrega das mercadorias e auxiliando em possíveis “emergências”.

3.5 GESTÃO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

Na Indústria de turbos os lançamentos não começam com uma pesquisa de marketing, o que é o instruído, mas sim com as opiniões dos vendedores baseadas na procura do produto em questão, pois, por questões econômicas, o departamento de marketing da empresa ainda é muito pequeno.

Após a sugestão feita pela equipe comercial, são feitas, normalmente, reuniões com a engenharia e diretoria para discutir a real viabilidade do lançamento do novo produto e após isso é feito uma pesquisa de preço para verificar se compensa, financeiramente, o investimento.

Se aprovado, para acompanhamento do projeto a empresa possui um funcionário que verifica todos os processos de desenvolvimento do novo produto e controla cada etapa por meio de uma planilha feita no Excel.

Já a descontinuação de um produto é decidida através da diminuição da demanda e da inviabilidade de produção.

É possível perceber que a MGFC ainda precisa melhorar o processo de desenvolvimento do produto, pois para iniciar um novo desenvolvimento não se realiza pesquisas aprofundadas sobre o mercado para verificar a real demanda do produto cogitado.

Além disto, a área de marketing da empresa é muito limitada, então não se tem o acompanhamento do produto para verificar o momento certo da descontinuação.

3 CONCLUSÃO

Com a elaboração deste projeto foi possível perceber que as cadeias de logística de suprimentos são de grande importância para toda empresa e se forem bem geridas podem ser grandes diferenciais competitivos. Apesar de ter encontrado dificuldade para analisar a cadeia de suprimentos na corporação estudada, foi possível visualizar várias estratégias dos diretores para com as cadeias logísticas e constatar sua importância na empresa.

REFERÊNCIAS

BIAGIO TURBOS. Disponível em: <<https://www.biagioturbos.com/institucional.asp>>. Acesso em: 02/04/2019

GERENCIAMENTO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS. Ballou, Ronald H. Disponível em: <<https://viewer.biblioteca.binpar.com/viewer/9788560031467/25>>. Acesso em: 29/05/2019

GESTÃO DE CUSTOS INDUSTRIAIS. Disponível em: <<https://sagahcm.sagah.com.br/sagahcm/ua/12007/2/77/eff714718bdf1e5da929f6b9c2080e0b.html?&noapp=&tok=smjul3oegljkqch3lqrb31pic&studentid=274694>>. Acesso em: 16/05/2019.

ANEXOS

Anexo 1

