



UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**  
CADEIA DE SUPRIMENTOS  
**AMAZON.COM, INC**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**  
**CADEIA DE SUPRIMENTOS**  
**AMAZON.COM, INC**

MÓDULO GESTÃO LOGÍSTICA

GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS – PROF<sup>a</sup>  
ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO

GESTÃO DE PROCESSOS – PROF<sup>a</sup> ELAINA CRISTINA PAINA  
VENÂNCIO

ESTUDANTES:

Beatriz Barella Campos, RA 1012019100220  
Maria Isabela de Souza Passos, RA  
1012018200445

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>5</b>
3.1 GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS	5
3.1.1 A ÁREA DE SUPRIMENTOS	8
3.1.2 ETAPAS DO PROCESSO DE SUPRIMENTOS	11
Tecnologia dos centros de distribuição	11
Agilidade nas entregas	12
Independência	12
Política de preços	13
Customer centric	13
3.2 GESTÃO DE PROCESSOS	14
3.2.1 PROCESSOS ORGANIZACIONAIS	17
3.2.2 PROCESSOS DA ÁREA DE SUPRIMENTOS	19
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>20</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>21</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>23</b>

# 1. INTRODUÇÃO

Neste trabalho falaremos sobre a gestão de suprimentos da empresa Amazon, que é uma grande líder nessa questão. A empresa já passou por dificuldades logísticas e viveu alguns períodos de prejuízo com as operações, até que desenvolveu um modelo de cadeia de suprimentos eficiente.

Fundamental para a administração das lojas de varejo, principalmente no meio online, a cadeia de suprimentos — ou supply chain — nada mais é que um sistema de atividades, processos e recursos envolvidos na entrega de produtos, do fornecedor até o cliente final. Sua gestão, geralmente, é desafiadora e requer preparo e muito planejamento.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Amazon.com, Inc. é uma empresa multinacional de tecnologia norte-americana com sede em Seattle, Washington. A companhia se concentra no e-commerce, computação em nuvem, streaming e inteligência artificial. É considerada uma das cinco grandes empresas de tecnologia, juntamente com Google, Apple, Microsoft e Facebook.

Medida pela receita e capitalização de mercado, é a maior vendedora virtual do mundo, além disso também é o segundo maior empregador privado dos Estados Unidos, é uma das empresas mais valiosas do mundo. Fundada por Jeff Bezos em Bellevue, Washington, em 5 de julho de 1994.

A empresa começou como um mercado online de livros, mas expandiu-se para vender eletrônicos, software, videogames, vestuário, móveis, alimentos, brinquedos e jóias.

A Amazon teve um lucro operacional de 8,9 bilhões de dólares nos 3 primeiros meses de 2021 e um lucro líquido de 8,1 milhões. Seu crescimento de vendas é um efeito da pandemia, que aumentou os resultados de empresas com vendas online. Outro dado que chamou a atenção é o crescimento da Amazon nos mercados fora dos Estados Unidos, as vendas internacionais cresceram mais que as internas: 60% ante 40%.

### 3. PROJETO INTEGRADO

#### 3.1 GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

A gestão de suprimentos está constantemente monitorando seu ambiente externo e interno. Com esse pensamento, dentro do ambiente externo, é preciso observar e interagir com a movimentação do mercado, as condições da mão de obra disponível no mercado, conhecer novos produtos e monitorar os atuais e as demais condições propostas externamente. Já no monitoramento interno, interagir com todas as áreas é fundamental para gerenciar a área de suprimentos e atender a todas as demandas propostas pelas áreas com o intuito de atender o cliente final.

Veamos na imagem abaixo como ocorre a gestão a gestão de suprimentos em uma empresa e as etapas desse processo:



A gestão da cadeia de suprimentos é um processo que consiste em gerenciar estrategicamente diferentes fluxos (de bens, serviços, finanças, informações) bem como as relações entre empresas, visando alcançar e/ou apoiar os objetivos organizacionais

O gerenciamento da cadeia de suprimentos é um conjunto de métodos que são usados para proporcionar uma melhor integração e uma melhor gestão de todos os parâmetros da rede: transportes, estoques, custos etc. Esses parâmetros estão presentes nos fornecedores, na sua própria empresa e finalmente nos clientes. A gestão adequada da rede permite uma produção otimizada para oferecer ao cliente final o produto certo, na quantidade certa. O objetivo é, obviamente, reduzir os custos ao longo da cadeia, tendo em conta as exigências do cliente – afinal, isso é qualidade: entregar o que o cliente quer, no preço e nas condições que ele espera.

Esta gestão é por vezes difícil, especialmente para um sistema que não tenha controle sobre toda a cadeia. Por exemplo, uma empresa que terceiriza uma parcela da produção ou da logística, deixou de ter controle sobre uma parte importante do processo. É difícil também porque a demanda do cliente é desconhecida na maioria das vezes e varia substancialmente de um mês ao outro, o que implica um planejamento da produção mais complexo. Os produtos a serem fabricados também podem mudar (nova estação, moda, modelos, melhorias), o que colocará em evidência a necessidade de uma estratégia de preços e cálculos de custos de fornecimento e estoque.

O problema aparece também em produtos completamente novos, inovadores, onde os modelos prontos não podem ser aplicados e exigem, assim, novas soluções. Por exemplo, projetar uma nova fábrica na China: os produtos seriam entregues para os clientes, após a fabricação, em 6 semanas (por navios). O problema: não se considerou que ambientes salinos podem enferrujar os produtos. Embora neste caso a questão de mudar o tipo de transporte não seja colocada em discussão (pois multiplicaria o custo por 10), é preciso levar em consideração os fatores inerentes ao tipo de transporte e acondicionamento.

Vários níveis de planejamento também podem (e devem) ser considerados: estratégico, tático e operacional. Trata-se de conhecer sua própria rede de distribuição já existente com os controles de estoques sendo utilizados e de iniciar uma primeira estratégia de coordenação da entrega dos produtos, iniciada antes mesmo da fabricação

deles. Além disso, devem-se utilizar os modelos de tomada de decisão baseados em programação linear e modelos de transporte, que tornam mais evidentes os custos e as interdependências entre as etapas. Passamos, por fim, para as fórmulas e cálculos complicados que um software especializado (ERP) se encarregará de gerir no dia a dia.

No exemplo de nosso equipamento enviado por via marítima existe outro problema: o de transbordo. Essas plataformas são usadas apenas para receber produtos e direcioná-los. Há momentos em que ocorrerão gargalos (e outros momentos em que haverá falta de produtos) nesses centros de distribuição. Este é o problema do equilíbrio dos fluxos. Esse balanço garante que todo o fluxo que entra é igual ao que sai. Estas plataformas não produzem e não consomem produtos, apenas encaminham. No entanto, é possível utilizar este ponto de redistribuição como um produtor se, por exemplo, ele embala o produto, aplica um rótulo ou termina uma etapa de montagem.

Em termos simples, a gestão da cadeia de suprimentos envolve a coordenação de todas as atividades ligadas ao processamento dos pedidos dos clientes, desde a pré-produção até a entrega.

Durante este processo, as partes que compõem o produto trocarão de mãos diversas vezes, dos fornecedores até a fabricação, da estocagem à expedição, até chegar à entrega e ao consumo.

Todo modelo de gestão de cadeia de suprimentos deve incluir maneiras de melhorar a eficiência – o ganho de rendimento – das atividades seguintes:

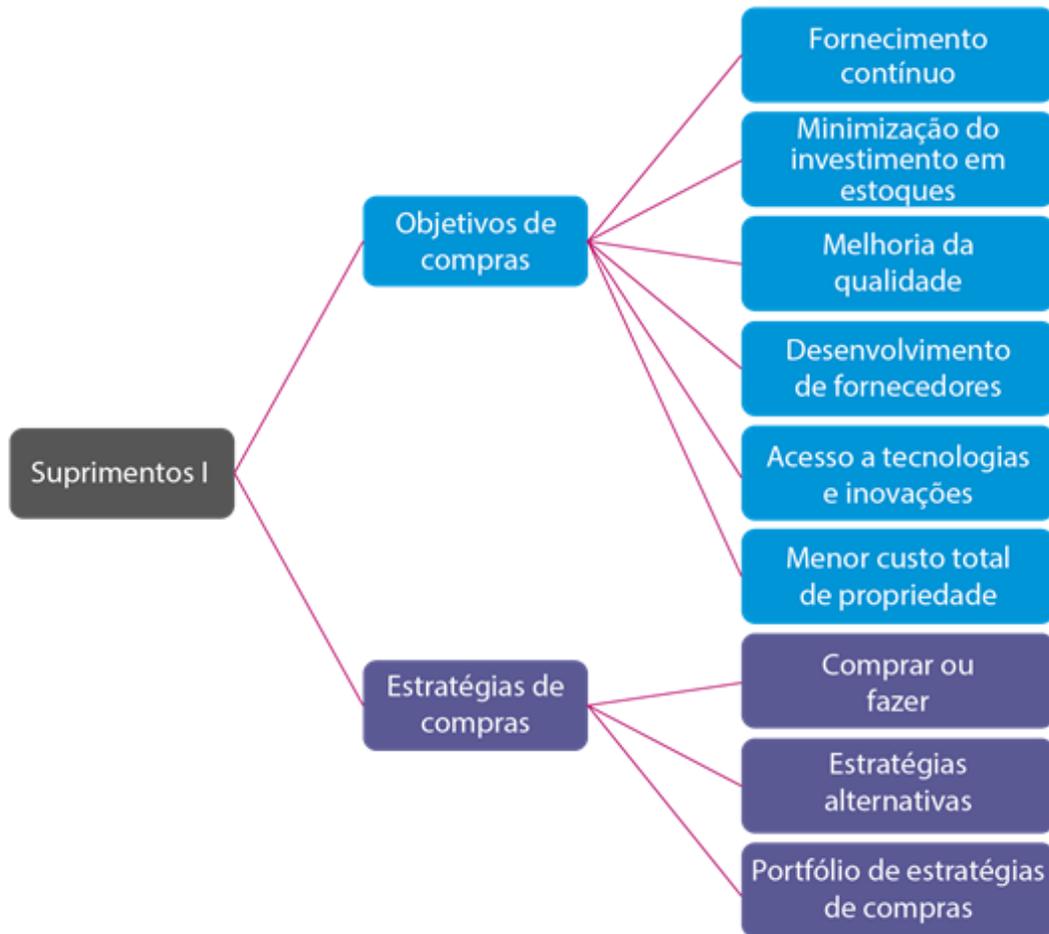
- Previsão e planejamento do equilíbrio entre oferta e demanda
- Localização de fornecedores de matérias-primas;
- Fabricação do produto;
- Armazenagem do produto;
- Entrega do produto;
- Devolução do produto pelo cliente, caso necessário;
- Feedback através do serviço de atendimento ao cliente e melhoria do processo, onde necessário.

Lembre-se que se você obtém informações e números sobre os processos, é mais fácil gerenciá-los. No entanto, é bom ter certeza de que os números refletem a realidade, para que as decisões da gerência sejam tomadas em função do conhecimento real do processo. Além disso, com um histórico em mãos, fica menos complexo identificar pontos frágeis, como dependência de um único fornecedor ou de um mercado.

### **3.1.1 A ÁREA DE SUPRIMENTOS**

A área de suprimentos em uma organização é responsável pela obtenção dos insumos necessários para apoiar as operações. O foco é multidimensional: tentar manter o fornecimento contínuo, minimizar os prazos de entrega e o estoque de materiais e componentes, e desenvolver fornecedores com capacidade para ajudar a organização a alcançar seus objetivos operacionais.

Abaixo um esquema que apresenta os objetivos e as estratégias de compra.

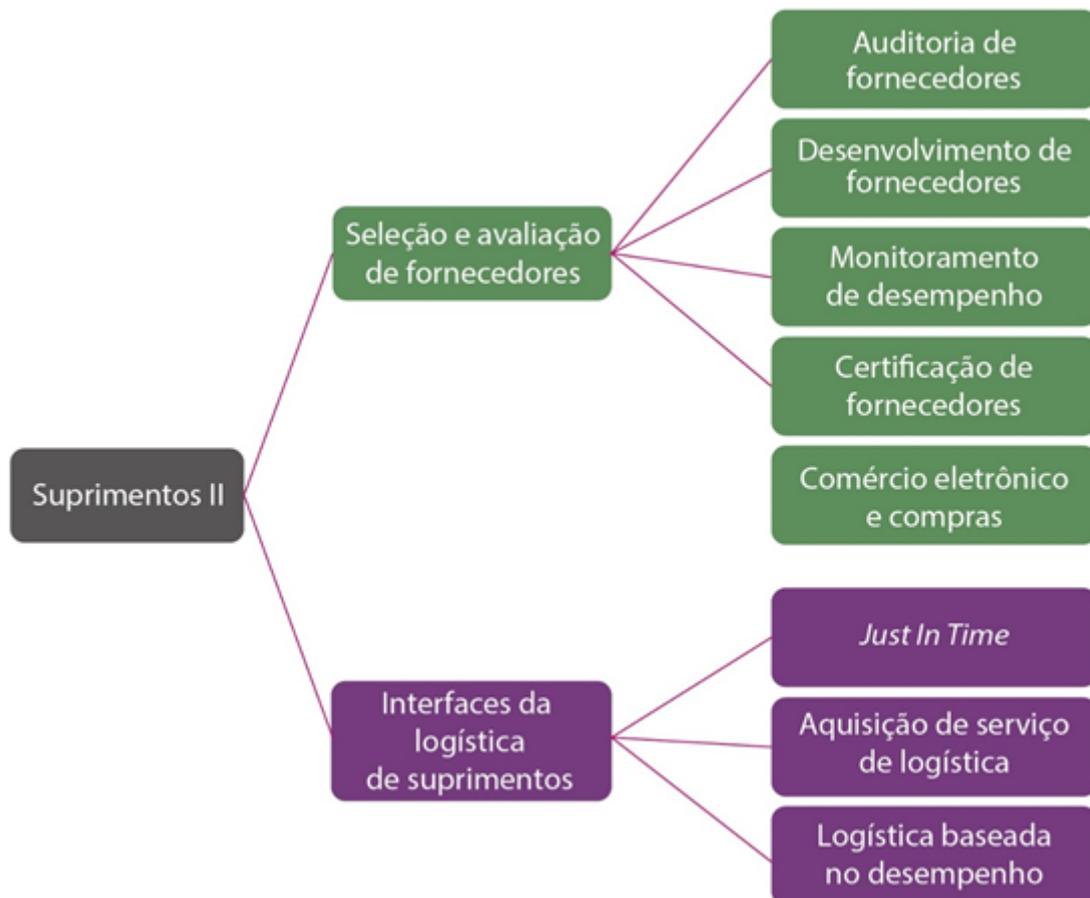


Os profissionais de compras se concentram não apenas no preço de compra, mas também no custo total de propriedade. Isso exige a consideração atenta dos trade-offs entre o preço de compra, os serviços e a competência logística do fornecedor, além da qualidade e da maneira como um item influencia os custos ao longo do ciclo de vida de um produto. As estratégias de compras devem se basear em uma análise detalhada do valor de um item e do risco de fornecimento associado a este. Estratégias diferentes são necessárias de acordo com cada situação.

Toda organização, seja ela industrial, atacadista ou varejista, compra matérias-primas, serviços e suprimentos para apoiar suas operações. A mudança no enfoque departamental da função compras eleva a organização à categoria de atividade estratégica. A crescente importância das compras pode ser atribuída a diversos fatores. O mais básico deles é o reconhecimento do gasto monetário substancial do departamento em uma organização típica e o potencial de economia de uma estratégia

viável de compras. O fato é que os produtos e os serviços comprados encontram-se entre os elementos de custo mais alto na maioria das empresas.

Relacionada ao custo dos insumos comprados, há uma crescente ênfase na terceirização. O resultado é que a quantia gasta em compras aumentou significativamente em muitas organizações. Muitas dessas atividades já foram realizadas internamente pela empresa. Desenvolver e coordenar esses relacionamentos representam aspectos críticos de uma estratégia de compras eficaz.



Nos relacionamentos com os fornecedores, é importante estabelecer metas formais e medir regularmente o desempenho em relação a estas metas.

A Amazon deriva muitas das suas vendas a partir de vendedores terceiros que vendem seus produtos na Amazon. Associados recebem comissão por indicar clientes,

colocando links para a Amazon em seus sites. Em todo o mundo são mais de 900.000 membros em seus programas de afiliados.

### **3.1.2 ETAPAS DO PROCESSO DE SUPRIMENTOS**

A capacidade logística e o poder de gestão da cadeia de suprimentos são diferenciais que fazem da Amazon uma gigante no segmento de varejo online e tecnologia.

Vejamos alguns exemplos de como funcionam os processos desta gestão na Amazon.

- **Parcerias dentro cadeia de suprimentos**

De uma loja de livros criada nos anos 90 ao player mais temido pelos concorrentes dentro do segmento, a Amazon ganhou agilidade ao adotar parcerias com empresas aéreas e marítimas para garantir a entrega ao cliente no menor tempo, mesmo em outros continentes. Hoje, sua cadeia de suprimentos engloba todos os modais de transporte possíveis, até mesmo bicicletas prestam serviços para a empresa, além de um projeto de despacho por drones em desenvolvimento, o que gerou a possibilidade e o diferencial da empresa de realizar entregas em prazos inferiores aos da concorrência e até no mesmo dia.

- **Tecnologia dos centros de distribuição**

Um dos maiores desafios do e-commerce ao lidar com a demanda crescente foi organizar seus centros de distribuição para atender a pedidos que eram imprevisíveis, afinal, não havia como saber se o cliente compraria um celular, filme ou livro e despachados para qualquer canto do planeta. Isso foi resolvido com a contratação de

engenheiros e especialistas em produção que desenvolveram softwares de ponta e robôs que otimizam a movimentação de grandes volumes de carga e separação eletrônica de pedidos. Algumas máquinas nos centros de distribuição da Amazon chegam a movimentar 1 tonelada de mercadorias por vez. Outro ponto de avanço em relação à distribuição foi a dispersão desses centros em pontos estratégicos, mais perto das grandes capitais e locais com maior volume de clientes. Inclusive, a companhia de Jeff Bezos abriu, em janeiro de 2019, seu primeiro centro de distribuição na América do Sul, que fica em Cajamar, na Grande São Paulo.

- **Agilidade nas entregas**

Mesmo com a expansão das remessas internacionais, o e-commerce se mantém firme e continua realizando suas entregas com excelência. Em algumas localidades e horários, a empresa oferece o same day delivery, entregando as encomendas no mesmo dia. Para possibilitar a circulação de caminhões meio vazios, eles buscam enxugar custos em outras áreas e desburocratizar processos.

Outro serviço que promete agilidade e condições de remessa diferenciadas aos seus assinantes é o Amazon Prime, que chegou recentemente ao Brasil. Há, também, o Amazon Flex, sistema muito parecido com o Uber, que remunera motoristas independentes que queiram realizar entregas para a empresa. A intenção é colocar a satisfação do cliente com a entrega como prioridade, a qualquer custo.

Outro diferencial da organização: para garantir maior agilidade e atender todas as necessidades do seu público que é bem diverso, a Amazon adicionou em sua cadeia de suprimentos o serviço de Lockers, armários localizados em pontos estratégicos onde o cliente retira suas próprias encomendas, por meio de um código.

- **Independência**

A empresa sofria com as constantes reclamações dos clientes sobre atrasos e problemas com as entregas na fase de última milha, que, até alguns anos atrás, era totalmente terceirizada em parceiros especializados em remessa, como FedEx e UPS.

Desde então, a Amazon tem investido em uma frota própria, de modo a melhorar a qualidade do serviço. Para diminuir custos com esse gerenciamento, criou os centros de triagem, que são locais de distribuição mais próximos dos clientes. Essa mudança fez com que o prazo de entrega padrão da companhia fosse reduzido.

- **Política de preços**

O histórico da empresa se iniciou com a oferta de preços baixos para competir de forma agressiva com os concorrentes. Deu certo. O e-commerce conquistou um volume de vendas gigantesco e, embora tenha passado por alguns problemas financeiros por isso, conseguiu superá-los ao longo do tempo. Essa é uma tática ousada e arriscada, mas que pode ser adaptada para outras lojas online que desejam ampliar o market share. Para isso, a saída está em uma gestão de custos mais enxuta e na otimização de tudo que for possível dentro da cadeia de suprimentos, sem prejudicar a qualidade dos serviços com essas mudanças.

- **Customer centric**

Tudo o que vimos até aqui sobre a Amazon deixa claro o quanto a empresa está focada em oferecer a melhor experiência de compra para seus clientes. Suas aquisições e mudanças internas estão centradas no consumidor, e não na otimização de custos. Tanto que, por algumas vezes, o e-commerce chegou a operar com prejuízo, a fim de garantir os melhores preços, e lida com os desafios de gerenciar uma frota própria e as parcerias com diversos modais de transporte. A empresa poderia estar satisfeita com a cadeia de suprimentos de ponta que construiu, mas continua investindo em inovação e tecnologia para melhorar a agilidade de suas entregas.

## 3.2 GESTÃO DE PROCESSOS

Neste tópico do Projeto Integrado, os estudantes devem comentar sobre os processos organizacionais e realizar um levantamento dos processos ligados à área de suprimentos da empresa escolhida para o projeto.

Os processos organizacionais são elementos que contribuem para o funcionamento de um negócio, é possível notar nesses processos, uma cadeia cronológica de atividades.

Ter esse desenho da cadeia de produção da empresa é essencial para o mapeamento de oportunidades de melhorias, ou seja, ao se deparar com um desvio no processo, a organização que trabalha com a sua rotina alinhada pode identificar o problema facilmente, assim tomando decisões mais ágeis, certas e resolutivas.

Os indicadores de performance são outra grande vantagem de trabalhar com os processos organizacionais, podendo criar metas de produção e vendas e periodicamente acompanhá-las, vendo as etapas específicas do produto.

Existem 3 principais tipos de processos organizacionais:

Processos Primários, Processos de Apoio e Processos Gerenciais.

O primeiro nível da cadeia de suprimentos da Amazon é o sistema de inventário de vários níveis que se baseia na agregação de estoque em centros de distribuição bem posicionados. Localizado principalmente próximo a grandes áreas metropolitanas e outros centros populacionais, o inventário é calculado entre eles para garantir que a oferta possa sempre atender à demanda. Para preencher as lacunas entre esses hubs, também são montados armazéns menores para garantir que os pedidos sejam entregues rapidamente, independentemente do item adquirido.

Até o momento, a Amazon possui uma rede de Armazéns 493 em todo o mundo de pé sobre aproximadamente um milhão de metros quadrados. Tudo isso está de acordo com a estratégia de marketing push que a empresa aplica ao estoque mantido. Quanto mais a Amazon pode promover itens em seus armazéns, mais eles podem vender e, portanto, precisam de uma ampla rede para levar esses itens aos clientes mais rapidamente.

Essa estratégia especializada de armazenamento coloca o controle de distribuição nas mãos da Amazon para que eles possam receber pedidos dos clientes em qualquer lugar do mundo mais rapidamente e com menos despesas.

A eficiência é fundamental, e os armazéns da Amazon são otimizados para tornar as operações o mais rápido e confiável possível. Cada armazém possui cinco áreas de armazenamento exclusivas que permitem que os trabalhadores e os robôs pick-and-pack localizem e movam produtos quase instantaneamente.

A Amazon também distribui calculadamente diferentes tipos de inventário para permanecer eficiente. Seus próprios armazéns mantêm itens frequentemente comprados com janelas de entrega mais curtas para melhor atender os clientes, por exemplo. O armazenamento e a distribuição de produtos menos populares, por outro lado, são terceirizados, ela também terceiriza o armazenamento de produtos com custos de armazenamento que excedem os retornos marginais de vendas.

O segundo nível da cadeia de suprimentos da Amazon é a distribuição, que é baseado na estratégia de marketing pull. Além de seus próprios armazéns, possuem um centro de distribuição e atacadistas parceiros, assim obtendo lealdade dos clientes, na qual a entrega pontual é um componente importante.

Além de suas próprias vendas, a Amazon acumulou um grande segmento composto por vendedores, editores, vendedores e fabricantes de terceiros, atrai com seu sistema superior de cadeia de suprimentos, protegendo seus negócios, pois fornece atendimento completo confiável e com preços razoáveis para os pedidos dos clientes.

A Amazon tem todas as opções de entrega disponíveis, testou e aplicou vários métodos de entrega, todos no esforço de levar os produtos às portas dos clientes mais rapidamente. Isso inclui as transportadoras parceiras da empresa, o Programa de parceiros de serviços de entrega, entrega de bicicletas e drones. Esse sistema otimiza a entrega levando em consideração a opção mais rápida e ampliando as opções para áreas não cobertas pelos serviços de entrega tradicionais.

Sempre adotando a tecnologia para deixar tudo mais eficiente, a Amazon sempre investiu em qualquer automação que tornasse sua cadeia de suprimentos melhor e mais rápida, na questão do inventário, ela emprega soluções de automação e robótica. Eles acreditam tão plenamente nessa estratégia que estabeleceram a Amazon Robotics a partir da aquisição de US \$2012 milhões da 775 Kiva Robots. A Amazon agora usa um número estimado de robôs 100,000 em diferentes instalações ao redor do mundo. O aumento da produtividade fez o investimento valer a pena.

Relay é o aplicativo de caminhões da Amazon que foi projetado para otimizar as entregas de seu armazém. Os motoristas inserem as informações de carga para obter um código QR simples que os leva pelos portões da Amazon mais rapidamente. Também ajuda a simplificar, dando a eles uma ideia de onde estão todas as entregas a qualquer momento, para que possam estar perfeitamente preparadas.

A otimização nessa área também ajuda os sistemas maiores de armazenamento e entrega, fornecendo dados adicionais em um formato conveniente que a empresa pode usar em seus cálculos.

O Relay ainda não é muito utilizado, mas pode ser apenas um passo em um movimento maior em direção a um serviço de correspondência de frete para otimizar ainda mais os movimentos de estoque.

Analisando com eficiência sua base de clientes e a segmentando com base em uma estratégia inteligente de diferenciação de preço, atraem diferentes segmentos, oferecendo diferentes opções de entrega por um preço correspondente. Ao categorizar

mais membros Prime e não membros Prime, eles podem coletar mais dados para aumentar ainda mais sua agilidade na realização. A Amazon deve manter sua capacidade de responder às flutuações dinâmicas da demanda, e essas segmentações as ajudam a equilibrar janelas de remessa mais amplas e estreitas, mantendo tudo fluindo sem problemas.

O lean remanescente é uma parte essencial da estratégia da cadeia de suprimentos da Amazon. A empresa entende que excesso de estoque aumenta os custos de armazenamento e diminui a satisfação. Para controlar melhor a quantidade de material enviado aos centros de distribuição, cobra taxas mais altas de armazenamento a longo prazo. Isso incentiva os vendedores a enviar inventário apenas o suficiente para atender à demanda e ajuda a manter os custos baixos.

### **3.2.1 PROCESSOS ORGANIZACIONAIS**

Lean manufacturing é uma filosofia japonesa que foi desenvolvida na indústria depois da Segunda Guerra Mundial, Taiichi Ohno, engenheiro da Toyota, queria reconstruir a empresa, e encontrou melhorias que poderiam funcionar em seu chão de fábrica, assim, o Sistema Toyota de Produção, ou o Lean manufacturing, foi criado. O principal objetivo era melhorar continuamente a forma da empresa funcionar, eliminando desperdícios e agregando valor ao cliente. Na medida em que foi se popularizando, empresas fora do mundo da manufatura também começaram a entender os benefícios do Lean.

E é aí que a Amazon entra em ação. Jeff Bezos já construiu a empresa de tecnologia com um pensamento Lean e mais tarde, quando Marc Onetto entrou para liderar como SVP de Operações e Serviço ao Consumidor (anteriormente Executivo Sênior na GE), as práticas Lean entraram oficialmente na Amazon.

O método Lean é sobre gerar valor, significa sempre entregar algo que o consumidor realmente está disposto a pagar, assim como a entrega de valor, melhoria contínua é outro pilar do Lean – e a Amazon é mestre nisso. Bezos sempre soube que não queria oferecer algo que não agregasse aos seus clientes. Sendo assim, uma das práticas que melhora a experiência do usuário na loja online é a Corda de Andon.

A Corda de Andon – ou Andon System – é a prática de empoderar os funcionários a “parar a linha” a qualquer momento. Em um chão de fábrica, puxar a Corda de Andon significa parar a linha de produção para ajustar situações possivelmente prejudiciais ao valor da companhia. Na Amazon isso significa que os agentes de serviço ao consumidor podem tirar produtos do ar se eles constantemente recebem reclamações. Para isso acontecer, não é preciso solicitar autorizações especiais.

Eles são tão loucos pelos consumidores que absolutamente tudo que fazem é pensando na experiência dos clientes, mesmo se isso significar reduzir margens ou abrir mais centros de distribuição para ficar mais próximo dos usuários do site.



### 3.2.2 PROCESSOS DA ÁREA DE SUPRIMENTOS

Como foi dito anteriormente, a Amazon se baseia na estratégia de marketing pull, e trabalhou muito para ter lealdade máxima de seus clientes, assim tendo como um componente importante, sua entrega pontual, ela tem seus próprios CDs e atacadistas parceiros, assim, a Amazon distribui seus produtos facilmente. Além das vendas próprias, ela mantém um segmento composto por vendedores, editores, vendedores e fabricantes de terceiros, fornecendo um atendimento completo e confiável.

A Amazon começou como um intermediário entre vendedores de livros e leitores ávidos. Porém, logo começou a vender seus próprios produtos e agora possui muitas de suas próprias marcas. Os vendedores de terceiros ainda são bem-vindos no mercado, mas vem lentamente espremendo muitos vendedores.

A Amazon vem fabricando e etiquetando em branco muitos dos produtos mais populares do mercado, oferecendo opções mais baratas aos clientes e aumentando seus próprios lucros. Isso mantém tudo internamente, completando o ciclo de vida do produto. Obtendo visibilidade desde a compra até a entrega ao cliente final, não há melhor maneira de manter os custos baixos e os lucros altos.



## 4. CONCLUSÃO

Neste Projeto Integrado sobre a Cadeia de Suprimentos falamos sobre a Amazon, uma das maiores empresas deste quesito.

Abordamos a gestão logística da cadeia de suprimentos, a área de suprimentos, as etapas do processo de suprimentos, também a gestão de processos, os processos organizacionais e os processos da área de suprimentos. Como a Amazon é muito admirada pela sua cadeia de suprimentos, não foi difícil encontrar os dados para o trabalho.

Com o seu sucesso nessa questão, a Amazon teve um lucro operacional de 8,9 bilhões de dólares nos 3 primeiros meses de 2021 e um lucro líquido de 8,1 milhões.

## REFERÊNCIAS

Em Instituto de Especialização de Vendas. Disponível em:

<https://iev.com.br/conteudo/gestao-empresarial/processos-organizacionais/>

Acesso em: 10/06/2021

Em Tray Corp. Disponível em:

<https://www.traycorp.com.br/conteudo/amazon-cadeia-suprimentos/>

Acesso em 09/06/2021

Em Wikipédia. Disponível em:

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Amazon>

Acesso em 09/06/2021

COELHO, Leandro Callegari. Em Gestão da Cadeia de Suprimentos, Logística, Supply Chain Management. Disponível em:

<https://www.logisticadescomplicada.com/gestao-da-cadeia-de-suprimentos-%E2%80%93-conceitos-tendencias-e-ideias-para-melhoria/>

Acesso em: 09/06/2021

LAVADO, Thiago. Em Exame, Amazon supera expectativas com faturamento de US \$108 bilhões. Disponível em:

<https://exame.com/tecnologia/amazon-supera-expectativas-com-faturamento-de-us-108-bilhoes/>

Acesso em 13/06/2021

MOREIRA, Letícia. Em Pipefy. Disponível em:

<https://www.pipefy.com/pt-br/blog/o-estilo-lean-amazon/>

Acesso em: 10/06/2021

VALDEZ, Júlia. Em AMZ ADVISERS, Como a Cadeia de Suprimentos Funciona. Disponível em:

<https://amzadvisers.com/pt/amazon-supply-chain-works/>

Acesso em: 10/06/2021

## ANEXOS

Logo da Amazon:



Imagem da Logo da Amazon Prime Video:



Caixa de entrega com a Logo da Amazon:



Cotação da Amazon 10/06/2021:

Amazon

**108,06** BRL

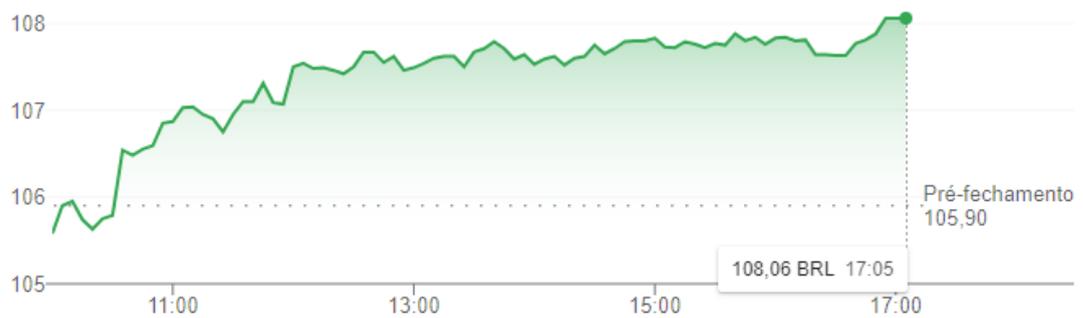
+2,16 (2,04%) ↑ hoje

10 de jun. 17:05 BRT · Exoneração de responsabilidade

BVMF: AMZO34

+ Seguir

1 D | 5 D | 1 M | 6 M | YTD | 1 A | 5 A | Máx



Abertura	105,58	Cap. merc.	1,69 tri USD	Fech. ant.	105,90
Alta	108,06	Índice P/L	-	Alt 52 sem	9.752,05
Baixa	105,58	Rend. div.	-	Bai 52 sem	98,92

Descrição da Amazon no Google:

Amazon

Empresa



amazon

Amazon.com, Inc. é uma empresa multinacional de tecnologia norte-americana com sede em Seattle, Washington. A companhia se concentra no e-commerce, computação em nuvem, streaming e inteligência artificial. É considerada uma das cinco grandes empresas de tecnologia, juntamente com Google, Apple, Microsoft e Facebook. [Wikipédia](#)

**Fundador:** [Jeff BEZOS](#) [Mais populares](#)

**CEO designado:** [Andy Jassy](#) (5 de jul. de 2021–)

**Fundação:** 5 de julho de 1994, [Bellevue, Washington, EUA](#)

**CEO:** [Jeff Bezos](#) (mai. de 1996–5 de jul. de 2021)

**Atendimento ao cliente:** [+1 206-922-0880](#)