UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Escola de Artes, Ciências e Humanidades

Departamento de Sistemas de Informação

**CADEIAS DE VALOR**

**Análise de Varejo das Casas Pernambucanas**

Docente: Dr. José de Jesus Pérez Alcazár.

SÃO PAULO

Maio/2014UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Escola de Artes, Ciências e Humanidades

Departamento de Sistemas de Informação

**CADEIAS DE VALOR**

**Análise de Varejo das Casas Pernambucanas, realizada como atividade curricular para a matéria Fundamentos de Sistema de Informação, ministrada pelo Prof. Dr. José de Jesus Pérez Alcazár.**

Discentes:

ALAN UTSUNI SABINO | 8921781

ADRIANO SOUZA BARBIERI | 8921162

ANDRÉ PANTALENA YOSHIMATSU | 4898204

GABRIEL BONASSI ZULPO | 8921951

SÃO PAULO

Maio/2014

**Sumário**

1. Introdução ..................................................................................................... 4
2. Análise da empresa ....................................................................................... 5
3. Análise técnica da organização ..................................................................... 6
4. Conclusão ...................................................................................................... 9
5. Referências Bibliográficas ............................................................................. 10
6. **Introdução**

Hoje em dia, existem muitas empresas varejistas que competem entre si. Para uma grande empresa de varejo sobreviver no mercado ela deve possuir vantagens competitivas sobre as outras.

Vantagem competitiva é a capacidade da empresa se diferenciar das outras e entregar mais valor agregado aos seus clientes. Seguem algumas vantagens competitivas, as quais a empresa pode possuir:

1. Melhor uso de recursos
2. Maior lucratividade
3. Maior produção e eficiência
4. Preço mais elevado em suas ações (bolsa de valores)
5. Inovação de produtos
6. Clientes duradouros

Em 1976, Michael Porter, criou um conceito, modelo, que ajuda as pessoas entenderem as adversidades que uma empresa enfrenta. Esse modelo indica que as empresas precisam ter vantagens nos seguintes quesitos:

1. Superar concorrentes tradicionais
2. Dificultar e superar novos entrantes no mercado
3. Melhorar seus produtos para que não sejam substituídos por inovações
4. Manter seus clientes a longo prazo
5. Ter uma boa relação com os fornecedores

As empresas usam de estratégias competitivas para se manter lucrativas, como liderança nos custos, foco em nichos do mercado, relacionamento estreito com o fornecedor e clientes e o uso da **tecnologia da informação (TI).**

O uso de TI é extremamente amplo em todas as empresas competitivas, seja em seus Banco de Dados compartilhados, Rede de comunicação, Ferramentas de apoio à decisão, centrais telefônicas inteligentes. O principal benefício que a TI traz é sua capacidade de melhorar a qualidade e a disponibilidade de informações e conhecimentos importantes para a empresa.

1. **Análise da empresa**

A Casas Pernambucanas é uma empresa extremamente competitiva que vem se mantendo de forma significativa dentro do mercado nacional, estando entre as 10 maiores varejistas do país. Sua fundação se deu quando:

*“ Herman Theodor Lundgren, o sueco radicado no Recife, adquiriu uma fábrica de tecidos localizada em um pequeno povoado no litoral do Estado de Pernambuco, no início do século 20, talvez não imaginasse que, anos depois, esse empreendimento prioritariamente atacadista se transformaria na principal referência do comércio de varejo de todo o país.*

*Um século após a inauguração da primeira Casa Pernambucanas, em 1908, a Empresa gradativamente tornou-se para o público brasileiro um sinônimo de qualidade, versatilidade e tradição - esta última forjada principalmente pela inovação e pelo pioneirismo que sempre marcaram a sua história. ”.*

Para se manter em mais de 100 anos a empresa teve que usar de diversas vantagens competitivas, desde a manipulação da matéria prima até a entrega do produto ao cliente. A cadeia de valor das lojas pernambucanas usa das seguintes estratégias:

1. Versatilidades dos vários segmentos de produtos (Lar, Têxtil, Vestuário e Eletro).
2. Inovação:
   1. A criação do carnê de pagamento (crediário pernambucanas) e do cartão de financiamento próprio, o PeFisa (Pernambucanas Financiadora S/A).
   2. A implementação da automação comercial (código de barras).
   3. Uso do marketing para vincular a marca ao cotidiano nacional através da musicalidade unido a televisão (Imagem).
3. A aceitação dos mais diversos cartões de crédito do mercado, além da inclusão da área de serviços financeiros dentro de seu escopo de atuação (seguros e garantias estendidas).
4. **Análise técnica da organização**
   1. Visão técnica - Insumos, processos, produtos/serviços: A Casas Pernambucanas possui um sistema de gestão integrado (ERP) com os setores de finanças, recursos humanos, fornecedores, distribuidora, unidades de loja e outros departamentos. O ERP é produzido pelo departamento de tecnologia da Casas Pernambucanas com apoio de consultoria externa e tem por objetivo integrar todas as unidades da rede de lojas para manter estoques equivalentes, dar ao cliente opção de poder executar operações em qualquer unidade e verificar lucros e perdas na rede de lojas ou loja especifica quando necessário.
      1. Quanto aos insumos e processos: A empresa possui um sistema de gestão integrado com o centro de distribuição e produção da marca que a cada fechamento de caixa verifica quanto precisa ser reposto e enviado a loja por volta das 6h30 de cada dia. Prestigiando os fornecedores que respeitem a política de produção da empresa.
      2. Quanto aos produtos e serviços: A Casas Pernambucanas possui dois tipos de produtos os de produção própria (cama, mesa, banho e têxtil) e os comprados de fornecedores (os eletros). Ambos são repostos nas unidades através do centro de distribuições que é responsável pelo contato com fornecedores primários para então fazer o repasse dos produtos.
   2. Manufatura e produção: A empresa possui um departamento de moda que fica responsável pelas coleções e renovação do estoque a cada temporada. Os projetos são enviados para os fornecedores através do ERP para que possam ser executados e então ser avaliados para enfim entrar nas lojas.
   3. Vendas e marketing: Todo o marketing da empresa é elaborado pelo departamento central de mídia corporativa e é avaliado pela superintendência para então ser vinculado nos meios de comunicação. Uma ferramenta importante que faz interação com o usuário é o site, com informações uteis sobre novas coleções, serviços oferecidos pela empresa.
   4. Finanças e contabilidade: A companhia possui em seu ERP uma parte dedicada apenas as finanças com capacidade de verificar o estoque e identificar perdas, quando houver. Auxilia no fluxo de caixa orientando a fornecedora, com base nas vendas feitas por dia, ainda sim é necessário que dez por cento do volume tenha que ser verificado manualmente para prevenir que nos volumes haja menos do que foi passado.
   5. Recursos humanos: A Casas Pernambucanas possui uma política de admissão que se baseia em um processo seletivo de diversas fases onde a última delas é via internet (projeto Bom Começo), onde o candidato à vaga deve ler textos e fazer provas online que serão avaliadas e o diagnóstico do candidato ficara a disposição da unidade contratante através do ERP que fara a ponte candidato-loja.
   6. Níveis hierárquicos: A empresa possui uma hierarquia linear separado por departamentos: 1) Presidência, 2) Superintendência, 3) Diretoria Executiva, 4) Diretoria Departamental, 5) Gerencia Departamental, 6) Gerencia do grupo de lojas, 7) Gerencia de loja (unidade de loja), 8) Coordenadores e 9) Assessores. Sofreu pouca alteração mesmo com implementação de um ERP mantendo caráter tradicional, não configurando, atualmente, o novo modelo hierárquico.
   7. Aspectos de cultura e política: A Casas Pernambucanas se preocupou sempre com a inclusão e com políticas que visassem o bem estar do cliente e isso pode ser observado através das seguintes passagens de seu manual de conduta:

*“A força de trabalho feminino sempre esteve presente em nossa empresa. Mesmo antes da formalização do trabalho feminino, a Pernambucanas já apoiava essa mudança, que foi assegurada pela Constituição de 32, garantindo direitos exclusivos às mulheres e igualando salários e jornadas de trabalho. Inicialmente as mulheres realizavam trabalhos relacionados administração, contabilidade e caixa. Foi no começo da década de 70, que essa história começou a mudar. ”*

**Visão**: Ser a solução relevante e conveniente para a mãe brasileira de mais de 30 anos das classes B e C com inovação e socialmente responsável.

**Missão**: Superar as expectativas das famílias brasileiras das classes mais populosas oferecendo variedade ampla e atual de produtos e serviços, com o melhor preço e qualidade percebidos, por meio de uma operação de varejo baseada em relacionamento único com nossos clientes focada em artigos de vestuário, lar-têxtil e eletroeletrônicos, agindo com integridade, valorizando as pessoas e gerando resultados compatíveis de acordo com O Jeito Pernambucanas de Ser.

**Valores**: A Casas Pernambucanas tem como valores a integridade, respeito as pessoas, foco nos clientes, confiança, trabalho em equipe, reconhecimento, agilidade, inovação, alta performance e sustentabilidade.

1. **Conclusão**

A Casas Pernambucanas é uma rede de lojas varejistas moderna e deste modo, inserida no contexto tecnológico nacional, pois utiliza-se da TI em vários setores de sua composição. A utilização do sistema de gestão integrado traz a loja facilidade, rapidez e eficiência. Entretanto, verificou-se um possível **Problema Organizacional**, se é que pode ser chamado de problema, ou apenas uma melhoria a ser adotada.

Como foi descrito anteriormente, a Casas Pernambucanas necessita checar manualmente, dez por centro do volume recebido da fornecedora, para verificar se a quantidade dos produtos fornecidos é a dos recebidos. Uma solução, utizando-se do SI, para resolver ou agilizar esse “problema” seria a utilização de etiquetas eletrônicas nos produtos, as quais fariam a contagem automaticamente, atualizando essas informações diretamente no ERP, o qual apontaria qualquer erro de contagem ao verificar o estoque.

Deste modo, verificou-se a grande quantidade de aspectos positivos que o uso da Tecnologia da Informação traz às lojas varejistas.

1. **Referências Bibliográficas**
2. ALBUQUERQUE, J.P.; ARAÚJO, L.V.; LIMA, C.M.; FANTINATO, M. Fundamentos de Sistemas de Informação (ACH2014). 2006.
3. PERNAMBUCANAS. Nossa História. Pernambucanas. 2014. Disponível em:<<http://www.pernambucanas.com.br/sobre-a-pernambucanas/nossa-historia>>. Acesso em: mai. 2014.
4. Entrevista com Gerente de Loja da Casas Pernambucanas, Sr. José Luís Menon Barbieri. Realizada em: mai. 2014.