

Declaração de Escopo

A empresa, Extra é uma rede varejista brasileira, compostas por diversas lojas em multiformato e dois e-commerce. As lojas que incluem supermercados, minimercados e o 'e-commerce' de alimentos são operados pelo GPA — que também opera a rede premium de supermercado Pão de Açúcar. A bandeira surgiu com hipermercados em 1989, quando substituiu a marca Jumbo, existente desde a década de 1970.

É uma das bandeiras do GPA, lançada em 1989 na cidade de Campo Grande. Em 2006, o Extra correspondeu por 50,3% das vendas líquidas da CBD. Em 2010, começou um plano estratégico que modificaria a forma de como a marca Extra é aplicada em suas lojas. Esse plano consiste em transformar os hipermercados em uma das bandeiras da marca; assim, passaram a se chamar Extra Hiper. No ano seguinte, a marca ocupou o lugar das redes Sendas e CompreBem, que estavam em processo de extinção. Em 2018, algumas lojas da marca Extra Supermercado foram convertidas para Compre Bem. Em 14 de outubro de 2021 é anunciado que a divisão de hipermercados será extinta, tendo as lojas vendidas ao Assaí Atacadista (que pertence ao mesmo controlador do GPA, dono da marca Extra) por R\$ 5,2 bilhões.

Marcelo Ribeiro Da Silva um dos gerentes regionais responsáveis por todos os supermercados Extra da zona norte de São Paulo, informa que existe um problema em relação ao controle de validade de produtos, hoje a verificação de validade dos produtos fica por conta dos repositores e devido à abundante de mercadoria torna-se quase impossível os repositores decorarem quando exatamente cada produto irá vencer.

Como a empresa possui diversos supermercados, é notável a quantidade de produtos oferecidos, sendo também uma questão difícil de acompanhamento em seu sistema atual.

A falta de cumprimento com prazos de validade, forma de organização, e qualidade dos produtos mantidos nas localidades da empresa, podem acarretar problemas judiciais e também problemas envolvendo a saúde. Foi divulgado que uma pesquisa conduzida pela Associação Brasileira de Prevenção de Perdas (ABRAPPE) no ano de 2019, sinalizou que o vencimento do prazo de validade dos produtos corresponde a cerca de 24% das perdas em varejos e atacados.

Devido a isso, é imprescindível uma implementação de um sistema onde nesse programa, será registrado o Lote, EAN, PLU de cada categoria de produto, data de validade e a quantidade desse 'item' em estoque e loja, e quando alguma mercadoria estiver perto do prazo de validade, esse sistema irá lançar uma notificação dizendo qual 'item' e quantos produtos, estão para vencer, esse programa deverá ter uma ligação com a aplicação dos caixas e com DDP, assim quando o produto for vendido esse mesmo 'item' será subtraído do 'software' de DDP para não gerar inconsistência.