

**CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR CESREI LTDA
CESREI FACULDADE
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

LÍVIA THAYNÁ SANTOS VASCONCELOS MEDEIROS

**ANÁLISE DO SISTEMA LOGÍSTICO DE FATURAMENTO DA COMERCIAL
GERDAU EM CAMPINA GRANDE – PB**

Campina Grande – PB
2022

LÍVIA THAYNÁ SANTOS VASCONCELOS MEDEIROS

**ANÁLISE DO SISTEMA LOGÍSTICO DE FATURAMENTO DA COMERCIAL
GERDAU EM CAMPINA GRANDE – PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração do Centro de Educação Superior Cesrei, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharela em Administração.

Orientadora: Prof^a Me. Maria Zita Almeida
Batista dos Santos

M488a Medeiros, Livia Thayná Santos Vasconcelos.
Análise do sistema logístico de faturamento da Comercial Gerdau
em Campina Grande-PB / Livia Thayná Santos Vasconcelos Medeiros.
– Campina Grande, 2022.
28 f. : il. color.

Monografia (Bacharelado em Administração) – Centro de
Educação Superior Cesrei – Ltda., Cesrei Faculdade, 2022.
"Orientação: Profa. Ma. Maria Zita Almeida Batista dos Santos".

1. Logística. 2. Lucratividade. 3. Faturamento – Comercial Gerdau.
I. Santos, Maria Zita Almeida Batista dos. II. Título.

CDU 658.78(043)

LÍVIA THAYNÁ SANTOS VASCONCELOS MEDEIROS

**ANÁLISE DO SISTEMA LOGÍSTICO DE FATURAMENTO DA COMERCIAL
GERDAU EM CAMPINA GRANDE – PB**

Aprovado em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Me. Maria Zita Almeida Batista dos Santos – CESREI
Orientadora

Me. Lênio Assis de Barros – CESREI
1º Examinador

Me. Magna Sueli Clemente Barros – CESREI
2ª Examinadora

**Dedico este trabalho
ao meu filho Nicolas Gabriel,
que é a razão da minha vida.**

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades.

Aos meus pais, Josimane dos Santos e Flávio André, pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

Ao meu querido esposo Ramon Limeira e ao meu filho Nicolas Gabriel que sempre estiveram ao meu lado, compreenderam as várias horas em que estive ausente por causa do desenvolvimento deste trabalho, dando-me suporte e apoio.

Aos meus irmãos Lucas, Luan e Maria Luiza.

A professora orientadora Me. Maria Zita Almeida Batista dos Santos e aos professores Lênio Assis de Barros e Magna Sueli Clemente Barros por aceitarem participar da banca examinadora deste trabalho.

A Cesrei Faculdade pela oportunidade de fazer o curso.

A toda equipe da Comercial Gerdau Campina Grande, em especial Izabel Cristina, que foi minha supervisora de estágio, por todo apoio e ensinamentos.

“Você é quem decide o que vai ser eterno em você,
no seu coração. Deus nos dá o dom de eternizar em nós
o que vale a pena, e esquecer definitivamente aquilo que não vale.”

Padre Fábio de Melo

RESUMO

Diante do cenário atual, onde as empresas buscam superar a concorrência e prestar um serviço de qualidade ao consumidor final, percebe-se que a logística atua como peça fundamental neste quesito. Uma empresa que possui um serviço de logística compatível com as demandas da empresa, tende a sair na frente, atuando de forma eficaz, atraindo mais clientes, aumentando a sua lucratividade e minimizando gastos, sendo assim, este trabalho tem por objetivo falar da logística da empresa Gerdau SA, de forma a confirmar o porquê desta empresa ser uma das maiores em seu ramo e de que forma a logística da Comercial Gerdau atua junto aos demais setores para que a empresa tenha merecidamente o sucesso que possui nos dias atuais. A metodologia utilizada foi um estudo de caso na Comercial Gerdau. Também mencionaremos neste trabalho, acerca da importância do faturamento, assim como, a união com a logística, mencionado anteriormente.

Palavras-chave: Logística. Lucratividade. Faturamento. Gerdau.

ABSTRACT

Faced with the current scenario, where companies seek to overcome the competition and provide a quality service to the final consumer, it is clear that logistics acts as a fundamental part in this regard. A company that has a logistics service compatible with the company's demands, tends to come out ahead, acting effectively, attracting more customers, increasing its profitability and minimizing expenses, therefore, this work aims to talk about the logistics of the company Gerdau SA, in order to confirm why this company is one of the largest in its field and how the logistics of Comercial Gerdau works together with other sectors so that the company deserves the success it enjoys today. The methodology used was a case study at Comercial Gerdau. We will also mention in this work the importance of billing, as well as the union with logistics, mentioned earlier.

Keywords: Logistics. Profitability. Invoicing. Gerdau.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
CAPITULO I – A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA LOGÍSTICA	10
1.1 LOGÍSTICA	10
1.2 PAPEL DA LOGÍSTICA COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO.....	10
1.4 LOGISTICA EMPRESARIAL.....	Error! Bookmark not defined.
CAPITULO II – FATURAMENTO, TRANSPORTE E GESTÃO DE ESTOQUE	13
2.1 FATURAMENTO	14
2.2 TRANSPORTE.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 GESTÃO DE ESTOQUE.....	Error! Bookmark not defined.
CAPITULO III - ANÁLISE DO SISTEMA LOGÍSTICO DE FATURAMENTO DA COMERCIAL GERDAU EM CAMPINA GRANDE – PB.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 GERDAU – EMPRESA LÍDER EM AÇOS	16
3.1.1 Gerdau Brasil.....	17
3.1.2 Gerdau Campina Grande	17
3.2 SISTEMA LOGÍSTICO DE FATURAMENTO NA GERDAU.....	21
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	22
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	23

INTRODUÇÃO

Diante da realidade de mercado onde predomina a competitividade entre as organizações, a logística assume o papel de grande relevância, sendo a área do conhecimento que faz parte do propósito da administração e sua principal função é garantir a disponibilidade de insumos e materiais onde quer que eles sejam necessários, de forma eficiente, pelo menor custo possível e aumento de agilidade nos processos de transportes e entrega ao consumidor.

É importante que sejam tomados cuidados especiais para que os processos logísticos não interfiram no andamento da empresa. As empresas têm buscado aprimorar seus processos visando destacar-se entre seus concorrentes, para isso utilizam-se da logística e do faturamento que fornece as ferramentas para satisfação, análise, fidelização dos clientes, menor custo e maior produtividade.

Desta forma, a relevância desta pesquisa é apresentar estratégia que permita que o faturamento atinja seus objetivos na logística, de maneira a colaborar, planejando rotas de entregas, carregamentos de materiais e estocagem. O trabalho também apresenta relevância prática, através dos resultados que serão apontados nesta atividade acadêmica como melhoria do desempenho e logística, assim como de uma relevância teórica ao passo que será gerado uma revisão de literatura sobre logística e faturamento. A estratégia que será debatida é o aumento da agilidade e diminuição de custos na execução de movimentação de materiais no momento do carregamento, eficiência no faturamento e roteirização de entregas.

No que se refere ao problema de pesquisa, a mesma foi motivada por fazer parte do agrupamento da empresa concedente durante um período de um ano e onze meses, e observar a relação entre o setor de operações, emissões de notas fiscais e entrega, percebendo uma limitação no roteiro de carregamento e entrega de mercadorias, neste sentido questiona-se a relação entre a logística e o faturamento com a satisfação do cliente.

A metodologia utilizada é um estudo de caso da Comercial Gerdau Campina Grande PB, quanto aos procedimentos técnicos, foi à pesquisa bibliográfica, que segundo Gil (2008) é o tipo de pesquisa desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Também utilizamos, quanto ao objetivo, à pesquisa descritiva, que tem como caráter

“descrever as características de determinadas populações ou fenômenos”. (GIL, 2008)

Justificando o problema de pesquisa, a logística e o faturamento ganharam importância por estarem diretamente relacionadas com as necessidades dos clientes, os sistemas logísticos formam a base para o comércio e a manutenção do padrão de vida na maioria dos países, e o faturamento trata-se do processo de emitir notas fiscais a partir de uma venda, dessa maneira, o faturamento seja como valor ou processo é essencial para todas as empresas. Os cálculos e processos devem ser bem estruturados de modo a evitar multas, penalidades, prejuízos e custos extras.

A Gerdau utiliza um tipo logístico diferenciado, onde todos os materiais que são negociados passam por um processo de pesagem antes da emissão de notas fiscais. A condução destes materiais ocorre por transporte ferroviário, sendo retirados por pontes rolantes e alocados em estoques com identificações por largura e espessura, onde ganhará um controle através de uma ordem de produção e rapidez.

Compreende-se que por um lado a roteirização das entregas é de extrema importância para que não haja devoluções de cargas, insatisfação do cliente, o que pode gerar maiores despesas, depreciações e até aniquilamento do cliente. Como hipótese de pesquisa a falta de sintonia entre logística e faturamento pode ocasionar o desequilíbrio na entrega de mercadorias e o índice de fidelização diminuir pela insatisfação do cliente.

Utilizando-se de algumas informações disponíveis no sítio da internet referentes a uma das maiores produtoras mundiais de aço, a Gerdau Aços Longos S.A., o principal objetivo é constatar os aspectos teóricos logísticos ministrados em sala de aula com ferramentas operacionais de uma empresa multinacional atuante no setor metalúrgico.

O objetivo é averiguar quais os métodos pensados pela empresa no que diz respeito à logística e o faturamento, apresentar qual o formato que a empresa concedente utiliza no processamento de carregamento, emissão de notas fiscais e entrega ao destinatário. Identificar dentro da Comercial Gerdau Campina Grande PB, a importância da roteirização e feedback do cliente.

Desta forma, a pesquisa foi dividida em três capítulos que vai relatar inicialmente sobre a evolução logística e seus diferenciais competitivos quanto a empresas. A partir do segundo capítulo será relatado a questão de estoques, transporte e faturamento com foco na Comercial Gerdau, e por fim no terceiro capítulo será abordado a análise do estudo de caso, mostrar as estratégias logísticas que a Gerdau utiliza para ser uma das maiores no seu ramo metalúrgico.

CAPÍTULO I – A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA LOGÍSTICA

1.1 LOGÍSTICA

A palavra logística é de origem francesa, *Logistique* (do verbo francês *loger* - alojar, colocar). Era usada como termo militar relacionada ao ato de transportar, abastecer e alojar as tropas. A história da logística nos remete ao período das grandes guerras, pois, devido ao fato de se estenderem por longos períodos, os generais precisavam traçar suas estratégias para que as tropas fossem supridas com armamentos, munições, alimentação, medicamentos, além do deslocamento de soldados. Foi a partir daí que podemos dizer que surgiu o conceito de logística, que de acordo com Novaes (2004, p.31) “estava essencialmente ligado às operações militares”.

Com o passar do tempo, o conceito passou a ter um significado mais amplo, chegando ao âmbito industrial e passando a abranger também, o suprimento de matérias e componentes, controle de produtos e o apoio nas vendas dos produtos finais até o consumidor.

Até o século passado as empresas de pequeno e grande porte só pensavam na produção, mas na contemporaneidade a logística está cada vez mais em evidência no mundo empresarial, e essa tendência pode-se explicar a uma maior preocupação com os custos da empresa, e o aumento na competição do mercado consumidor. Ballou (2006) pontua que a logística inclui todas as atividades importantes para a disponibilização de bens e serviços aos consumidores quando e onde estes quiserem adquiri-los.

Com a globalização e as inúmeras exigências do consumidor, que passou a ter opções diversas e facilidade em adquirir os produtos, principalmente pela internet através das compras online, as empresas foram percebendo a necessidade de transportar seus produtos da fábrica para seus clientes em prazos mais curtos e custos menores, assim, viu-se a importância da logística tanto para a empresa como para o consumidor final, como nos descreve Ballou.

A missão da logística consiste em colocar os produtos ou serviços certos no lugar certo, no momento certo, e nas condições desejadas. A logística tem seu foco na distribuição física, visto que para se entregar o produto certo, na hora certa e da maneira correta, é

necessária uma análise adequada de informações como tempo de viagem, quantidade de entregas máximas, peso excedente e espaço ocioso. Com o acirramento da competição nos mercados globais, os clientes estão cada vez menos tolerantes a erros e por isso a excelência nas entregas está deixando de ser diferencial para se tornar uma condição imprescindível para a manutenção de uma carteira de clientes fiel (BALLOU, 2006, p.31)

Por ser o elo entre empresa, fornecedores e clientes a logística tem como o principal objetivo a criação de valor, onde é expresso em termos de tempo e lugar. Produtos e serviços não têm valor a menos que estejam em poder dos clientes quando (tempo) e onde (lugar) eles pretendem consumi-los. Sua importância é essencial em uma empresa, visto que, o mercado é cada vez mais competitivo, dinâmico, interativo, instável e evoluído, a adaptação a essa realidade é uma necessidade para que as empresas que buscam prosperidade. A globalização e o ciclo de vida curto dos produtos obrigam as empresas encontrar soluções inovadoras para atendimento as necessidades dos clientes.

Nas últimas quatro décadas, a logística avançou no que tangia aos processos de transporte, depósito e armazenagem para o nível estratégico da empresa. Nos dias atuais, entende-se a logística deve ser vista como um instrumento de marketing, uma ferramenta capaz de agregar valor por meio dos serviços prestados, e, para, além disso, poder constituir-se em oportunidade de redução de custos.

De acordo com Novaes (2004) a logística moderna procura coligar todos os elementos do processo, que são os prazos, integração de setores da empresa e formação de parcerias com fornecedores e clientes, para satisfazer as necessidades e preferências dos consumidores finais.

1.2 PAPEL DA LOGÍSTICA COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

Os processos logísticos sempre foram de grande importância para as organizações, e adotar a logística como diferencial competitivo no planejamento estratégico é essencial para alcançar o sucesso e se destacar no mercado, para isso a operação deve ser direcionada de acordo com os objetivos da empresa.

Para ter a logística como diferencial competitivo na organização, o primeiro passo é entender os processos, como funcionam, quais informações utilizam de outras áreas e quais resultados eles afetam. Segundo Campos (2008, p. 145),

“uma logística eficaz coloca o produto certo, no local correto, no tempo exato, no estado adequado e ainda com custos competitivos: valores reais, verdadeiros”. Nesse sentido podemos dizer que, é fazer com que o produto chegue aonde não chega, bem como aonde os concorrentes não chegam, e ainda com menos custo e mais rápido.

Também é muito importante mapear e ter amplo conhecimento de todo o fluxo, pois, dessa forma, os gargalos poderão ser identificados e neutralizados. Além disso, os pontos fortes podem ser reforçados e aplicados em outros departamentos.

1.2.1 Uso da tecnologia a favor da empresa

As novas tecnologias estão cada vez mais sendo inseridas na logística com o objetivo de auxiliar no controle e na automatização dos processos, como por exemplo, o controle do sistema de gestão de frotas nas empresas voltadas ao transporte de produtos, pois elas podem entregar uma carga sem atrasos e ter as informações de localização e rastreamento das entregas de forma rápida, essa medida pode ser um grande diferencial no mercado.

Para as empresas que usam a tecnologia a seu favor, ela tem como retorno a fidelização dos clientes, que passam a contar com benefícios como dados mais confiáveis e precisos sobre suas cargas.

Nesse sentido, a empresa pode planejar de forma preventiva, agir antes de algo acontecer ou das variações do mercado surgirem e ainda tomar atitudes antes de seu concorrente.

A automação logística¹ otimiza tempo e recursos, diminui gastos com operações, e promove um impacto benéfico nos resultados logísticos. A logística como diferencial competitivo oferece vantagens à empresa, destacando-a no mercado, facilitando as vendas, a captação de clientes e agregando valor aos serviços prestados.

1.3 LOGÍSTICA EMPRESARIAL

¹ Consiste na adoção de tecnologia, equipamentos e sistemas de gestão com o objetivo de automatizar tarefas, para que essas sejam executadas sem a intervenção (ou com a mínima possível) de pessoas.

A logística empresarial é um dos grandes desafios que os diretores enfrentam nas empresas, visto que seu desempenho exige envolvimento de todos os colaboradores, que devem compreender o processo como um todo, a fim de que os resultados da operação sejam satisfatórios.

Segundo Ballou (2006), a logística empresarial estuda como a administração pode prover melhor nível de rentabilidade nos serviços de distribuição aos clientes e consumidores, através de planejamento, organização e controle efetivo para as atividades de movimentação e armazenagem que visam facilitar o fluxo de produtos.

Nesse sentido podemos dizer que os processos de logística quando bem executados podem trazer impactos positivos ao negócio, como maior produtividade e lucratividade. É interessante pontuar que através de visões estratégicas a logística empresarial é um poderoso processo de planejamento que influencia diversos setores da organização, desde a implementação e controle financeiro do fluxo de produção até os produtos finalizados.

Partindo desse pressuposto, podemos dizer que a logística empresarial, que nasceu da importância da redução de custos nas empresas, hoje foca na importância e necessidade de um atendimento de qualidade junto aos clientes, principalmente em uma época em que os produtos se tornam iguais, a facilidade de adquiri-los, as empresas estão mais competitivas e, nesse sentido, aquela que conseguir ser mais eficiente e eficaz, se antecipando a prováveis problemas através de uma logística de qualidade, sairá na frente da concorrência.

CAPÍTULO II – FATURAMENTO, TRANSPORTE E GESTÃO DE ESTOQUE

2.1 FATURAMENTO

O faturamento também conhecido como *billing*, é responsável por gerar as cobranças aos clientes, emitir os documentos fiscais, tais como recibo, declaração ou segunda via de notas fiscais e também tem a responsabilidade de despachar os transportes quando necessário. Em outras palavras, trata-se do processo de emitir notas fiscais a partir da venda. Os cálculos e processos devem ser bem estruturados de modo a evitar multas, penalidades, prejuízos e custos extra. Levando em consideração tara do caminhão, placa de veículo, motorista, GNRE (Guia nacional de recolhimento de tributos). O faturamento é uma das mais importantes etapas do ciclo do pedido. É uma fase de conclusão do pedido por parte dos clientes e quando executada de maneira correta auxilia a operação da empresa e quando é executado de maneira incorreta atrasa a produção operacional, fazendo com que os operadores responsáveis pelo carregamento tenham trabalho redobrado.

O ciclo do pedido é composto por diversas atividades, desde a venda à entrega dos materiais e para que o fluxo continue acertando, as atividades devem ser realizadas da melhor maneira possível com o maior objetivo que é atender as necessidades dos clientes.

A tecnologia aliada as formas atualizadas de fazer comércio, fazem com que os clientes queiram uma resposta imediata e de maneira padronizada. No ciclo dos pedidos é essencial que haja um relacionamento entre clientes e empresa para deixar claro prazos a serem cumpridos, novas propostas de desconto e condições de entrega.

Figura 1 – As quatro etapas do ciclo do pedido



Fonte: <https://saclogistica.com.br/processo-de-faturamento/>

No faturamento de pedido, são processados e é necessário que seja feita a avaliação de crédito do cliente (Serasa) caso a situação do cliente esteja em conformidade ao processo logístico, é feito o acordo quanto ao prazo de entrega dos materiais. Dentro do processamento de pedidos, após o recebimento, é necessário iniciar o processo de faturamento dos produtos.

Figura 2 – Etapas do processo de faturamento



Fonte: <https://saclogistica.com.br/processo-de-faturamento/>

O processo de faturamento é basicamente constituído de três etapas, sendo elas:

- Cobrança - Em geral, a forma e as condições de pagamento são determinadas pelo setor de vendas da empresa. Entretanto, fica a cargo do processo de faturamento fazer a emissão das guias e envia-las aos clientes para que o pagamento possa ser realizado. O pagamento pode ser feito por cartão, *link*, boleto antecipados e boletos a prazo. Contudo, a Gerdau, corpus desta pesquisa, vende pelo cartão BNDES, que podem ser ofertadas aos clientes.
- Emissão de documentos fiscais - Além da circulação de mercadorias e serviços, esse documento é obrigatório para comprovar o recolhimento de impostos e tributos sobre faturamento. Fica sob a responsabilidade do processo de faturamento a emissão dos documentos fiscais exigidos de acordo com a placa do veículo, peso correto da mercadoria, GNRE (para outros estados), confirmação de pagamento e conferência de toda nota fiscal para que não haja nenhuma divergência entre o processo de faturamento com o sistema.

- Despacho de transporte - Para as operações em que é necessário o transporte dos produtos até os clientes é necessário realizar o despacho do transporte. O despacho de transporte corresponde ao cálculo do frete e emissão de toda documentação legal para a movimentação de cargas nos modais de transporte.

Administrando a demanda dos clientes e os canais de distribuição, o faturamento tem uma aliança com a logística de empresa, fazendo com que os clientes estejam satisfeitos com suas compras sendo entregues no prazo que foram repassados, os operadores carreguem em menos tempo, as metas sejam alcançadas e o fluxo de pedidos continue crescendo. É necessário que haja uma comunicação entre logística e faturamento para que não seja atrasado nenhum dos tópicos.

Quando o faturamento é bem administrado, se torna um bom aliado no planejamento da empresa para enfrentar momentos críticos, alavancando o crescimento da empresa e desenvolvendo estratégias para alcançar metas e enfrentar os concorrentes.

2.2 TRANSPORTE

A logística de transporte é uma subdivisão da logística responsável pelos transportes de materiais. Em outras palavras, é a área responsável por encontrar a melhor opção de transporte considerando aspectos como: segurança, agilidade e custo.

Trata-se de uma área de grande importância dentro da gestão de uma empresa. Isso porque, os transportes caracterizam a última etapa do fluxo dos materiais até o cliente. Desta maneira, a logística de transportes é um elemento chave no serviço ao cliente prestado pela empresa.

A roteirização de cargas é uma metodologia utilizada para determinar o melhor trajeto no processo de carregamento e entrega dos materiais. O melhor trajeto é aquele em que estabelece ótimos níveis em relação ao custo, tempo, segurança, qualidade e produção. Termos como: roteirização de entregas, roteirização de veículos e roteirização de transporte (numeração de cargas).

2.3 GESTÃO DE ESTOQUE

A sinalização de estoque é uma estratégia de layout de estoque que visa demarcar a área de estoque de forma visual. Em outras palavras, a sinalização de estoque consiste em utilizar sinais audiovisuais para auxiliar a equipe operacional durante a realização das atividades.

A logística tornou uma causa de extrema importância para a competitividade entre as empresas, onde possibilitou o ganho de eficiência nos processos operacionais entre a indústria e o varejo, e entre as redes de distribuição.

A falta de estoque ou o grande volume de estoques são grandes prejudiciais da comercia Gerdau, uma vez que a estratégia da empresa é possuir um abastecimento rápido e diversificado.

A logística moderna, busca na maioria das vezes tratar o elo a elo até chegar ao consumidor, desde o processo de gerenciamento de matéria prima e seus componentes à administração de estoque do produto para a distribuição de acordo com a demanda o cliente e seus canais de distribuição.

A importância da integração entre os setores de transporte e gestão de estoque são essenciais para o melhor andamento da empresa, ressaltando que a logística supervisionando todo o processo desde o descarregamento do material para abastecer os estoques em ordens separadas, selecionando cada carga por dia para que cada cliente receba seu pedido no prazo ofertado pela empresa.

Estabelecendo os níveis e localização de estoque é uma parte fundamental do controle de estoque, sabendo-se que quantos maiores os estoques são as garantias de que não irá ter falta de insumos, porém, por outro lado, são maiores os custos para mantê-lo. Portanto, é interessante equilibrar os custos de manter o estoque mínimo com demanda máxima exigida.

CAPÍTULO III - ANÁLISE DO SISTEMA LOGÍSTICO DE FATURAMENTO DA COMERCIAL GERDAU EM CAMPINA GRANDE – PB

3.1 GERDAU – EMPRESA LÍDER EM AÇOS

Figura 3 – Gerdau: a maior empresa brasileira produtora de aço



Fonte: <https://www.aecweb.com.br/empresa/gerdau/17945/sobre>

A Gerdau Aços Longos S.A, com 121 anos de história, é a maior empresa brasileira produtora de aço e uma das principais fornecedoras de aços longos nas Américas e de aços especiais no mundo, segundo dados obtidos no site da empresa².

Fundada por Johann Heinrich Kaspar Gerdau, com o propósito de empoderar pessoas que constroem o futuro, a companhia está presente em 10 países e conta com mais de 30 mil colaboradores diretos e indiretos em todas as suas operações. Maior recicladora da América Latina, a Gerdau tem na sucata uma importante matéria-prima: 73% do aço que produz é feito a partir desse material.

Sua estrutura organizacional é composta pelo Conselho de Administração (CA) e pela Diretoria, a qual é coordenada pelo Comitê Executivo Gerdau (CEG), com seus órgãos de apoio (Comitê de Estratégia e Comitês de Excelência), além do Conselho Fiscal.

² gerdau.com.br

3.1.1 Gerdau Brasil

O fundador da Gerdau, Johann Heinrich Kaspar Gerdaun natural de Altona, em Hamburgo, no então Reino da Prússia, emigrou para o Brasil em 1869, em busca de melhores condições de vida e de novos empreendimentos, e instalou-se cidade de Agudo, no Rio Grande do Sul, onde iniciou no comércio.

Em 1884, fundou uma casa comercial de secos e molhados em Cachoeira do Sul, em seguida, se mudou com a família (esposa e três filhos) para a capital do estado, Porto Alegre, onde comprou a fábrica de pregos Pontas de Paris, em 1901, marco da origem do grupo.

Em 24 de novembro de 1917, pouco antes do falecimento de Johann, a Gerdau passou a ser administrada por um de seus filhos, o Hugo Gerdau. Com a abundante produção de pregos, o Rio Grande do Sul deixava de depender da importação.

Em 1933 a fábrica expandiu a produção com a construção de uma nova unidade em Passo Fundo, no interior do estado. No ano de 1946 a Gerdau o genro de Hugo Gerdau, o Curt Johannpeter, assumiu a direção da empresa e comandou uma fase decisiva de expansão dos negócios.

Dois anos após sua gestão, a fábrica de pregos Hugo Gerdau, sucessora da fábrica de pregos Pontas de Paris, comprou a Siderúrgica Riograndense e iniciou sua trajetória na siderurgia.

Nas décadas de 1970 e 1980 a empresa se expandiu para Pernambuco, São Paulo e Rio de Janeiro, e em 2005 surgiu o Instituto Gerdau, como parte da responsabilidade social da empresa.

Em 2019 foi criado o Núcleo Futuro Gerdau, com o objetivo de se afastar do modelo de produtora *commodities*³ para se tornar cada vez mais uma provedora de serviços e produtos de valor agregado, como novos modelos de interação com fornecedores e clientes, facilitados por tecnologias digitais; e novos materiais.

Em julho de 2020, o grupo anunciou a criação da Gerdau Next, como foco para o desenvolvimento de novos produtos e negócios adjacentes à produção de aço e alinhada às diretrizes de inovação.

³ Produtos básicos globais não industrializados, ou seja, matérias-primas que não se diferem independente de quem as produziu ou de sua origem.

Em 2021, em entrevista a Folha de São Paulo⁴, o presidente executivo do grupo, Gustavo Werneck, disse que “a Gerdau tem como máxima gerar mais valor para seus clientes, especialmente nas Américas, e tornar-se uma organização ainda mais sustentável, em todas as suas dimensões”.

Figura 4 – Primeira empresa Gerdau



Fonte: abqualidade.org.br/gerdau

Figura 5 – Fábrica Gerdau em Minas Gerais



Fonte: diariodocomercio.com.br/economia/gerdau

Atualmente a Gerdau tem, no Brasil, 32 unidades produtoras de aço, 28.350 colaboradores diretos e indiretos no mundo, e duas minas de minério de ferro. A Gerdau é produtora de aços longos, especiais, planos e minério de ferro para atender aos setores da construção civil, indústria, agropecuário, automotivo, energia eólica, óleo e gás, açúcar e álcool, rodoviário e naval.

Há mais de 120 anos, desde que iniciaram suas operações dado como ponto de partida, a Fábrica de Pregos Pontas de Paris, localizada em Porto Alegre no Rio Grande do Sul. Nos dias atuais, seguem produzindo pregos, além de diversos produtos de aço que são desenvolvidos no decorrer da operação por colaboradores das mentes brilhantes.

3.1.2 Gerdau Campina Grande

A Comercial Gerdau Campina Grande na Paraíba, foi fundada no dia 16 de abril de 1986 localizada na Avenida Jornalista Assis Chateaubriand, 1391 – Liberdade.

⁴ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/04/fabrica-de-pregos-gaucha-gerdau-se-tornou-a-maior-produtora-de-aco-do-brasil.shtml>

Figura 6 – Fábrica Gerdau em Campina Grande



Fonte: Foto de arquivo, da Gerdau

A sua folha de colaboradores e pagamento, consiste em um gerente, um analista administrativo, quatro operadores, um operador líder, um jovem aprendiz, um estagiário, dois vendedores externos, um vendedor sênior, dois representantes, uma transportadora terceirada administra os seus funcionários próprios, como, motoristas e ajudantes, que são responsáveis pela entrega dos materiais.

Empresa focada na venda de materiais prontos que visa abastecer as indústrias, metalúrgicas, empresas, lojas de material de construção, assim como o consumidor final. Dentre os produtos oferecidos, podemos mencionar: pregos, grampos, farpados, arames, telhas, bobinas, eletrodos, treliças, chapas, solda mig, entre diversos outros produtos disponíveis em seu estoque.

A logística da empresa estabelece regras que vão da carga do produto, até a chegada ao consumidor final, sendo preservado acima de tudo, a segurança dos colaboradores. A segurança da empresa se dá nos deveres e obrigações impostas para os seus colaboradores, como por exemplo, o uso de EPI's em áreas de risco, o uso de corrimão ao subir e descer escadas, uso de máscara com o fim de evitar a disseminação da Covid-19, além disso, certas atividades requerem experiências por parte dos funcionários, para que este possa realizar tal tarefa, dessa forma, podemos usar como exemplo o trabalho em alturas, onde só poderá realizar este serviço, quem possuir certificado comprovando que este funcionário está apto para ser o responsável por esta atividade.

Dentre essas informações, diversas outras não citadas fazem parte diária da empresa, empresa esta que se preocupa com o bem-estar do funcionário e assim, une espécies de foco, força e objetivo, no intuito de cumprir as metas estabelecidas.

3.2 SISTEMA LOGÍSTICO DE FATURAMENTO NA GERDAU

A Gerdau utiliza um tipo logístico diferenciado, onde todos os materiais que são negociados passam por um processo de pesagem antes da emissão de notas fiscais. A condução destes materiais ocorre por transporte ferroviário, sendo retirados por pontes rolantes e alocados em estoques com identificações por largura e espessura, onde ganhará um controle através de uma ordem de produção e rapidez.

As cargas são roteirizadas antes do carregamento dos materiais, diminuindo custos na execução de movimentação de produtos.

Figura 7 – Fábrica Gerdau em Campina Grande



Fonte: <http://www.brasilengenharia/7423-gerdau-completa-113-anos-de-historia>

Pode se notar a partir das pesquisas realizadas, que a logística da Gerdau segue um sistema cada vez mais evolutivo em constante atualização, compatível com as demandas da empresa, atuando de forma eficaz, atraindo mais clientes, aumentando a sua lucratividade e minimizando gastos. Desta forma, os colaboradores seguem a roteirização de cada dia, tornando o ambiente da empresa dinâmico, proativo e eficiente.

A roteirização de cargas passa pelo operador líder que analisa a maneira correta do carregamento, a emissão de notas fiscais de acordo com o prazo estimado de entrega, evitando transtornos com os consumidores.

Considerando que o processo estratégico logístico da Gerdau procura reduzir custos, levando em conta todas as variáveis de lugar, tempo, qualidade e

informação. Com isso, o material que foi vendido, o prazo que foi acordado e a dinâmica entre vendedor e consumidor possa ser a melhor.

Finalizando o processo de entrega, um setor específico é responsável por receber informações relativas desde o ponto de origem com o propósito de atender a exigências do consumidor final, relatando cada processo do seu pedido.

Fazendo parte das principais atividades logísticas de uma empresa, a Gerdau analisa cada elo com cuidado e respeitando a condição de cada cliente, preservando seus valores e nomeação como maior empresa produtora de aço e uma das principais fornecedoras de aços longos nas Américas e de aços especiais no mundo.

Os estoques identificados, ganha um controle de através de uma ordem de produção e rapidez, fazendo com que o cliente consiga receber seu pedido no seu tempo estima ou até mesmo antes dele. Facilitando a maneira de carregamento e descarregamento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos referentes à análise sistêmica da logística de emissão de notas fiscais e entregas da Comercial Gerdau, possibilitaram em ter um maior entendimento de estratégias e do quando elas podem ser fundamentais para o sucesso da empresa. Sendo justificado o problema, a logística e o faturamento ganhando extrema importância por estarem completamente relacionadas com as essencialidades dos clientes, os sistemas logísticos e as estratégias que são utilizados são fundamentais com relação a base da empresa.

O processo de emissão de notas fiscais, faturamento, roteirizadas a partir da venda, de modo que, esta emissão é essencial para todas as empresas, visto que, na falta da nota fiscal, o produto não poderá ser transitado. Todos os cálculos e processos devem ser bem estruturados de modo a evitar multas, penalidades, prejuízos e custos extras.

A roteirização de cargas é uma estratégia utilizada para determinar o melhor trajeto no processo de carregamento e entrega dos materiais, com relação ao custo, tempo, segurança, qualidade e produção.

Desta forma, a relevância desta pesquisa foi apresentar a estratégia logística de maneira a colaborar, planejando rotas de entregas, carregamentos de materiais e estocagem, averiguar quais os métodos pensados pela empresa no que diz respeito à logística e o faturamento, apresentado qual o formato que a Gerdau utiliza no processamento de carregamento, emissão de notas fiscais e entrega ao destinatário. Identificando que o *feedback* do cliente é fundamental para alavancamento das vendas dentro da Comercial.

Constatando-se os aspectos teóricos logísticos ministrados em sala de aula com ferramentas operacionais de uma empresa multinacional atuante no setor metalúrgico, é de extrema relevância a interligação entre o setor de emissão de notas fiscais e o setor logístico, roteirizando os faturamentos e cargas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento de cadeia de suprimentos**: logística empresarial. 5ª Edição. São Paulo: Bookman, 2006.

CAMPOS, Luiz Fernando Rodrigues; BRASIL, Caroline V. de Macedo. **Logística**: teia de relações. Curitiba: Ibpex, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GERCHMANN, Leo. **Fábrica de pregos gaúcha, Gerdau se tornou a maior produtora de aço do Brasil**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/04/fabrica-de-pregos-gaucha-gerdau-se-tornou-a-maior-produtora-de-aco-do-brasil.shtml>. Acesso em 19 out. 2022.

NOVAES, Antônio Galvão. **Logística e gerenciamento de cadeia de distribuição**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS (SITES E YOUTUBE)

<https://www2.gerdau.com.br>

<https://www.sunoc.com.br>

<https://www2.gerdau.com.br/sobre-nos/>

<https://www.youtube.com/watch?v=NVSzdAZDxaQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=JzHsitN5qO0>

<https://mais.gerdau.com.br/onde-comprar/>

<https://diariodocomercio.com.br/economia/gerdau>

<https://abqualidade.org.br/gerdau>

<https://www.aecweb.com.br/empresa/gerdau/17945/sobre>

<https://saclogistica.com.br/processo-de-faturamento/>

www.aecweb.com.br/empresa/gerdau