



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

GESTÃO COMERCIAL

TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

Coca Cola Indústrias Ltda.

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO
GESTÃO COMERCIAL
TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

Coca Cola Indústrias Ltda.

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO – PROF^a RENATA
ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES

ESTUDANTES:

Cristiane de Souza, RA 1012020100470

Bruna dos Santos Gruli , RA 1012019100005

Natália da Silva Alencar, RA 1012020200292

Maria Laura Toni da Silva, RA 1012020200300

Samuel Augusto Elias Machado RA: 1012020100322

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

SUMÁRIO

3. PROJETO INTEGRADO	7
3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	7
3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)	7
3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO	8
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	9
3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL	10
3.2.2 O MERCADO EXTERNO	10
4. CONCLUSÃO	12
REFERÊNCIAS	13
ANEXOS	18

1. INTRODUÇÃO

A empresa Coca-Cola surgiu em 1886, em Atlanta, nos Estados Unidos, originalmente concebida como um xarope, inventada no final do século XIX por John Pemberton, ele se deu conta que tinha em mãos uma invenção que poderia render bons frutos a ele, assim pouco tempo depois teve ajuda de seu contador Frank Robinson, para idealizar e criar o logotipo que então daria vida a Coca-Cola. Do mesmo modo, o primeiro lugar onde se deu a comercialização da Coca-cola, foi na farmácia Jacobs, por um valor bem baixo e eram vendidos somente nove copos por dia, nada comparado ao número que a marca alcança hoje no mercado, sendo a fórmula mais tarde comprada pelo empresário Asa Griggs Candler, levando a bebida ao domínio do mercado de refrigerantes no mundo ao longo do século XX.

“No Brasil, a Coca-Cola chegou em 1941, durante a Segunda Guerra Mundial. A empresa fabricou no Recife, em Pernambuco, os seus primeiros refrigerantes em solo brasileiro, visando atender às Forças Armadas dos Estados Unidos, que utilizavam a cidade como base militar. Em 1942 foi instalada no Rio de Janeiro a primeira fábrica própria. Em 1943, abre em São Paulo uma filial e em 1945 a segunda fábrica carioca é inaugurada. Neste ano o sistema de franquia é iniciado no país.”

Sendo assim, o objetivo desse projeto é o estudo da empresa Coca-Cola, buscando mostrar o seu desenvolvimento mundial, na qual é uma empresa que possui preocupação com o planejamento futuro, a forma de sustentabilidade, o segmento da legislação e o investimento nas pessoas, desde os funcionários até todos aqueles que têm um relacionamento com a empresa. Por fim, o planejamento para se tornar eficaz é necessário determinar as dimensões do mercado e conduzir uma análise, classificando cada país de acordo com o tamanho do mercado contribuindo para priorizar novos investimentos a serem alcançados (Teoria do Ambiente Organizacional).

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa Coca-Cola está devidamente inscrita no CNPJ 45.997.418/0001-53, sendo a razão social Coca Cola Industrias LTDA, com sede na Pr de Botafogo número 374, andar 12, no bairro de Botafogo, CEP 22.250-040 na cidade do Rio de Janeiro – RJ, exerce a atividade de fabricação de produtos do ramo alimentício e faz parte da The Coca-Cola Company, sediada em Atlanta, Estados Unidos.

A Coca-Cola Company vende seus produtos em mais de 200 países do mundo, o Brasil é o quarto maior consumidor de seus produtos, ficando somente atrás de China, México e Estados Unidos, a empresa é um dos parceiros corporativos mais antigos da FIFA, se associando formalmente em 1974 e quatro anos após se tornou patrocinadora oficial da Copa do Mundo.

Acrescenta-se ainda que a mesma possui engarrafadora própria, a Recofarma Industrias do Amazonas LTDA e conta com 39 fábricas ao todo, apresentando diversidades em seus produtos que são estes: refrigerantes, sucos, lácteos, bebidas vegetais, água, água especiais, água de coco, bebidas esportivas e chás, contando com uma linha de mais de 200 produtos desde as versões sem açúcares até as de baixa caloria.

Do mesmo modo, o mercado da marca é enorme, podendo ser encontrada em garrafas de 2 litros, 2,5 litros, 1 litro e lata de 350ml, pode parecer um pouco estranho falar que a Coca-Cola possui alguma vantagem em seu consumo, mas por possuir cafeína em sua composição ela pode ajudar na concentração, fornecer energia devido aos níveis de açúcares, também é um produto digestivo, refrescante e dentre outros.

Por fim, a Coca-Cola é uma empresa que só cresce dentro do ramo alimentício, uma das marcas mais conhecidas mundialmente, emprega cerca de 38 mil funcionários e proporciona indiretamente 340 mil empregos e com um capital aberto é atualmente uma das empresas mais valiosas do mundo.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

Esperamos que o impacto negativo já seja sentido no primeiro trimestre e que atinja seu efeito máximo no segundo. Existe um alto grau de incerteza nas estimativas trazidas nesse documento, dada a complexidade da crise atual e da incerteza com relação à efetividade das medidas anunciadas até o momento. Com base na experiência internacional recente, acreditamos que as restrições de contato social serão mantidas em abril, com possibilidade de se estenderem para o mês de maio. Discussões sobre restrições parciais ou totais são importantes, mas devem ser ponderadas levando em consideração a opinião isenta de líderes das áreas de saúde e todas as limitações que as medidas de restrições parciais enfrentarão na prática. Algumas medidas de estímulo econômico anunciadas até o momento pelo governo ainda parecem limitadas e correm o risco de não fazerem efeito no curto prazo. Este é um risco considerável para nosso cenário de 2020 e 2021. No lado político, entendemos que a polarização política volta a crescer em virtude das tensões criadas pelo Planalto com governos locais e impactam significativamente a confiança de empresários e consumidores. Essa é uma segunda fonte de risco em nosso cenário.

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

Produto Interno Bruto, também mencionado como PIB, é usado no âmbito da macroeconomia para designar o valor que totaliza a produção dos bens e dos serviços de um país num determinado período. Por norma, o PIB é tido como o indicador básico para reflectir a riqueza de uma região. O PIB contabiliza a produção orientada para a procura final. Isto significa que, no seu cálculo, não tem em conta o valor dos bens e/ou serviços que se criam para depois produzir outros bens ou serviços. Para trabalhar com dados homogêneos, todas as variáveis do PIB são calculadas numa unidade monetária

(como o dólar, por exemplo). Tendo em conta esta questão, pode-se fazer a distinção entre o PIB real (que toma o valor de acordo com preços constantes, calculando a inflação) e o PIB nominal (calculado com os preços em vigor do ano em questão). Isto quer dizer que um país pode evidenciar um grande crescimento do PIB nominal se tiver inflação, sem que isto implique um incremento da riqueza. Apesar da importância do cálculo do PIB, existem muitas variáveis económicas que não fazem parte da sua composição. Os números da economia informal, o impacto ambiental (com as suas consequências económicas) e a produção para consumo próprio (com produtos que não chegam ao mercado), entre outras questões, não se incluem na estimação do PIB, mas têm relevância na vida económica de uma nação.

Os economistas do mercado financeiro alteraram suas projeções para o Produto Interno Bruto (PIB) em 2020. Conforme o Relatório de Mercado Focus, a expectativa para a economia este ano passou de retração de 4,80% para queda de 4,66%. Há quatro semanas, a estimativa era de baixa de 5,00%. Para 2021, o mercado financeiro manteve a previsão do Produto Interno Bruto (PIB), de alta de 3,31%. Quatro semanas atrás, estava em 3,47%. No Focus divulgado nesta segunda-feira, 16, a projeção para a produção industrial de 2020 foi de baixa de 5,49% para retração de 5,34%. Há um mês, estava em baixa de 5,98%. No caso de 2021, a estimativa de crescimento da produção industrial foi de 4,00% para 3,72%, ante 4,27% de quatro semanas antes. A pesquisa Focus mostrou ainda que a projeção para o indicador que mede a relação entre a dívida líquida do setor público e o PIB para 2020 passou de 67,74% para 67,00%. Há um mês, estava em 67,40%. Para 2021, a expectativa foi de 70,00% para 69,60%, ante 70,00% de um mês atrás.

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

Foi aprovado o auxílio emergencial pelo Congresso Nacional e sancionado pela Presidência da República é um benefício de R\$ 600 para garantir uma renda mínima aos brasileiros em situação mais vulnerável durante a pandemia do Covid-19 (novo coronavírus), já que muitas atividades econômicas foram gravemente afetadas pela crise.

Governo anuncia R\$ 40 bi em crédito para empresas pagarem salários. Segundo o presidente do BC, toda empresa que aceitar não poderá demitir funcionários por dois meses.

Os impactos econômicos da crise do coronavírus são diretamente relacionados à determinação do isolamento social e podem ser decompostos em três componentes: impacto imediato diante das restrições à produção e ao consumo; duração do período de recuperação; e impacto sobre a trajetória de longo-prazo da economia. Quanto mais longo o período de isolamento, maiores serão os custos nessas três dimensões. Os custos imediatos foram estimados a partir de um levantamento detalhado de informações para os 128 produtos da Tabela de Recursos e Usos do IBGE. O valor obtido é de R\$ 20 bilhões por semana durante a paralisação. Considerando o cenário de retomada cíclica até o segundo trimestre de 2021, reduções estruturais no nível do PIB de longo prazo de 5%, em comparação com o cenário de nenhum impacto no longo prazo, reduzirão o PIB semanalmente em quase R\$ 5,0 bilhões no segundo semestre e em R\$ 7,5 bilhões em 2021. Esses valores tendem a ser muito piores caso consideremos um período de paralisação maior que até 31 de maio.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

A Coca-Cola é uma empresa que abrange mundialmente a comercialização de seus produtos, possuindo 42 fábricas de engarrafadoras própria e 16 grupos empresariais independente que atuam por meio da franquia, com o planejamento, a preocupação e a organização que a empresa possui perante o mercado o ambiente organizacional sem dúvida é uma das práticas atuantes da empresa.

Devido ao cenário mundial, no qual, estamos vivenciando a empresa apresentou uma queda na comercialização, porém mesmo a empresa buscando sempre assegurar a relevância, que é um grande desafio, a mesma também busca manter sempre a inovação e criatividade em seu marketing para sustentar o grande potencial de atuação que detém com o mercado externo.

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

No Brasil, a The Coca Cola Company atua por meio de uma divisão nacional, Divisão Brasil. O Sistema Coca-Cola no Brasil abrange duas fábricas engarrafadoras próprias, Coca-Cola Industrias Ltda., e Recofarma Indústrias do Amazonas Ltda., e mais 42 fábricas engarrafadoras autorizadas e operadas por 16 grupos empresariais independentes por meio de franquia. A Coca-Cola Indústrias coordena o grupo de franquias e as estratégias nacionais e macrorregionais de marketing. Atua como consultoria exclusiva do Sistema Coca-Cola no Brasil. A fábrica engarrafadora Recofarma Indústrias do Amazonas produz e distribui concentrados e bases de bebidas para a fabricação de todos os seus produtos. O Sistema Coca-Cola Brasil emprega diretamente mais de 38 mil funcionários, gerando indiretamente cerca de 340 mil empregos.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

Um dos maiores benefícios que uma empresa obtém ao exportar seus produtos é o aumento do seu faturamento, atingindo novos mercados e sendo esta uma das melhores formas de alavancar seu crescimento e dentre eles ainda estão, crescimento da produtividade, incentivos fiscais, melhora na qualidade do produto, diminuição da dependência do mercado interno, acesso a novas tecnologias, dentre outros. Boa parte das empresas que iniciam seu processo de exportação tem um crescimento considerável quando comparado às empresas que não exportam.

A Coca-Cola Company é uma empresa multinacional, com filiais por todo o mundo, produzindo seus produtos no local instalado e proporcionando maior oferta de mão de obra, compra de matérias primas locais favorecendo e beneficiando o país em que realiza suas atividades.

A Coca-Cola Brasil, subsidiária da Matriz americana, exporta concentrado de xarope de Coca-Cola e seus produtos acabados para diversos países da América Latina e Austrália, favorecendo assim o sua lucratividade e aproveitamento de seu sistema de produção, reduzindo sua sazonalidade, além de ter um tratamento diferenciado para diversos incentivos fiscais como: IPI, ICMS, PIS, COFINS, IOF, ISS, IPTU, IRPJ E CSLL.

Dentre todos estes benefícios que a empresa tem ao exportar, ela também contribui para o país no cálculo da balança Comercial.

Quando o volume de exportações é maior que o volume de importações, ocorre o que é chamado de *superávit*, trazendo para o país um grande volume de moeda estrangeira, facilitando o seu acesso e contribuindo então para queda de sua cotação e melhorando o câmbio do país.

Pode-se notar que a empresa Coca-Cola obtém benefícios consideráveis ao exportar seus produtos, vista que a mesma reúne um sistema com aproximadamente 39 fábricas operadas por 16 grupos empresariais, responsáveis pelo abastecimento de aproximadamente 1 milhão de pontos de venda em todo o país.

A matriz The Coca-Cola Company oferece aproximadamente 500 marcas distribuídas em 200 países, além de suas bebidas homônimas.

4. CONCLUSÃO

Abordamos neste PI, uma pesquisa realizada referente a empresa Coca-Cola, onde identificamos que a empresa é alicerçada em fortes valores humanos e empresariais, está ligada a ideia de criação de empregos, gerando indiretamente, o bem-estar social, onde oferece desafios profissionais e oportunidades de crescimento pessoal, concretizando diariamente um ambiente de trabalho positivo dentro da empresa. Identificamos também a importância de se comunicar e de se expressar no ambiente de trabalho.

Mesmo diante desse período desafiador (pandemia) em que estamos vivenciando, na qual vem afetando todos os setores da economia, a empresa é uma marca que está no Top-10 das empresas mais transformadoras desse período, além disso, juntamente com seus parceiros engarrafadores e a The Coca-Cola destinaram mais de 120 milhões de dólares em apoio ao esforço de prevenção e enfrentamento ao Covid- 19 em comunidades afetadas ao redor do mundo.

A empresa vem apresentando o seu destaque dentro do mercado há anos, o investimento, a qualidade de seus produtos, a preocupação com os funcionários, o comprometimento com o ambiente de trabalho, com os clientes, com a legislação e a sustentabilidade só demonstram que o ranking na qual se encontra é o esforço e a dedicação de seu trabalho de todos esses anos.


REFERÊNCIAS

- 08 Vantagens de Exportar os Seus Produtos. Faz Comex, 17 de março de 2020. <https://www.fazcomex.com.br/blog/vantagens-de-exportar-produtos/>
- Academia do Comércio Exterior. As 7 Vantagens da Exportação. 17 de junho: Youtube, 2019 https://www.youtube.com/watch?v=4x_L3dFUjI
- A História das Garrafas da Coca-Cola – A Evolução do Design. Portal do Marketing Net, 05 de julho de 2014. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.net.br/a-historia-das-garrafas-da-coca-cola-a-evolucao-do-design/>
- CasaPark recebe a Caravana Iluminada da Coca-Cola. Casa Park, <https://www.casapark.com.br/novidade/caravana/>
- Coca-Cola ameaça deixar Brasil se não recuperar subsídio na Zona Franca. Fato Amazônico, 21 de agosto de 2018. Disponível em: <https://www.fatoamazonico.com.br/coca-cola-ameaca-deixar-brasil-se-nao-recuperar-subsidio-na-zona-franca/>
- COCA-COLA BRASIL, Wikipédia, 13 de novembro de 2015. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Coca-Cola_Brasil
- Coca-Cola do Brasil vai exportar para Argentina. <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/09/coca-cola-transfere-sede-regional-da-argentina-para-o-brasil.shtml>
- COCA-COLA. Modelo de Gestão – MKT – FAM, 02 de junho de 2015. Disponível em: <https://modelogestaomktfam.wordpress.com/2015/06/02/coca-cola/>

- Coca-Cola reorganiza estrutura e transfere comando da América Latina para o Brasil. Economia. G1, 10 de outubro de 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2020/10/01/coca-cola-reorganiza-estrutura-e-transfere-comando-da-america-latina-para-o-brasil.ghtml/> Acesso em 18 de nov de 2020.
- Coca-Cola tem lucro ajustado acima do esperado e ação sobe mais de 1,6%. Jornal do Comércio, 24 de abril de 2018. Disponível em: https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/2018/04/economia/623676-coca-cola-tem-lucro-ajustado-acima-do-esperado-e-acao-sobe-mais-de-1-6.html
- Vantagens e Desvantagens da Coca Cola. Desafio Transforma, 16 de março de 2018. <http://www.desafiotransforma.com.br/vantagens-e-desvantagens-da-cocacola/>
- Conceito de produto interno bruto. Conceito de, 2015. Disponível em: <https://conceito.de/produto-interno-bruto>
- Dados econômicos e financeiros, Coca-Cola. Disponível em: <https://sites.google.com/site/admsicocacola/missao/capital/>
- Desafios Industriais de Alimentos e Bebidas. ARECO. Disponível em: <http://www.areco.com.br/desafios-industrias-de-alimentos-e-bebidas/>
- GERENCIAMENTO DE MARKETING GLOBA: O CASO DA COCA COLA. Revista de ciências gerenciais, 2008. Disponível em: <https://www.revista.pgsskroton.com/index.php/rcger/article/view/2657>
- <https://conteudos.xpi.com.br/economia/revisao-do-cenario-economico/>
- A HISTÓRIA DA COCA-COLA. 19 de outubro: Youtube,2019. <https://www.youtube.com/watch?v=MierOSvPkkI>
- PROJEÇÃO DO FOCUS PARA PIB DE 2020 PASSA DE -5,04% PARA -5,02%/ <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2020/11/16/projecao-do-focus-para-pib-de-2020-sai-de--480-para--466.htm>
- RECEITA FEDERAL/<https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2020/11/16/projecao-do-focus-para-pib-de-2020-sai-de--480-para--466.htm>

- THE COCA-COLA COMPANY, WIKIPEDIA, disponível em:
https://pt.wikipedia.org/wiki/The_CocaCola_Company#:~:text=A%20The%20Coca%2DCola%20Company%20oferece%20aproximadamente%20500%20marcas%20distribu%C3%ADdas,suas%20bebidas%20hom%C3%B4nimas%20Coca%2DCola./
- Revisão do cenário econômico!
<https://conteudos.xpi.com.br/economia/revisao-do-cenario-economico/>
- <https://www.gov.br/economia/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/notas-informativas/2020/nota-impactos-economicos-da-covid-19.pdf> Impactos Econômicos da COVID-19 - GOVERNO DO BRASIL
- <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/03/governo-anuncia-r-40-bi-em-crédito-para-empresas-pagarem-salarios.shtml>
-

ANEXOS

		REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL	
		CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA	
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 45.997.418/0001-53 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL		DATA DE ABERTURA 24/12/1971
NOME EMPRESARIAL COCA COLA INDUSTRIAS LTDA			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****			PORTE DEMAIS
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 10.99-6-99 - Fabricação de outros produtos alimentícios não especificados anteriormente			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 10.96-1-00 - Fabricação de alimentos e pratos prontos			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresária Limitada			
LOGRADOURO PR DE BOTAFOGO	NÚMERO 374	COMPLEMENTO ANDAR 12 PARTE	
CEP 22.250-040	BAIRRO/DISTRITO BOTAFOGO	MUNICÍPIO RIO DE JANEIRO	UF RJ
ENDEREÇO ELETRÔNICO	TELEFONE (21) 9933-3639		
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 03/11/2005	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

