



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

GESTÃO RECURSOS HUMANOS>

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

<COCA-COLA>

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
<GESTÃO RECURSOS HUMANOS>

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL
<COCA-COLA>

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

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

ESTUDANTES:

DÉBORA GABRIELA MARCONDES - RA 1012019200221
JOELMA APARECIDA DA SILVA SANTOS - RA 1012019200133
PATRÍCIA DA SILVA PAVAN - RA 1012019200128
RITA DE CÁSSIA ZUIN ALBORGHETTI - RA 1012019200417
SABRINA PESSOA LEMES OLIVEIRA - RA 1012020100299

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	3
3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	4
3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)	5
3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO	8
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	10
3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL	11
3.2.2 O MERCADO EXTERNO	13
4. CONCLUSÃO	14
REFERÊNCIAS	14
ANEXOS	15

1. INTRODUÇÃO

O Projeto Integrado tem como objetivo fazer as demonstrações dos aprendizados das Unidades de Estudo. O presente trabalho é sobre os temas Fundamentos de Administração e Fundamentos de Economia.

O objetivo na disciplina de administração tem finalidade essencial de fazer com que as pessoas consigam atingir seus objetivos solucionando os problemas e atendendo suas necessidades, é uma área que engloba diversas teorias, conceitos e técnica. O módulo de Fundamentos de Economia são apresentado os problemas e sistemas econômicos, e a economia também pode ser dividida em dois ramos básicos: macroeconomia e microeconomia.

A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica sobre a empresa Coca-cola.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Coca Cola é uma corporação multinacional estadunidense, fabricante e comerciante de bebidas não-alcoólicas e concentrados de xaropes. É mais conhecida pelo seu produto Coca-Cola, inventado em 1886 pelo farmacêutico John Pemberton, em Columbus, Geórgia.

No Brasil a empresa Coca Cola chegou em 1941, Razão Social Coca-cola Industrias Ltda, tem sua Matriz no município do Rio de Janeiro/RJ. CNPJ 45.997.418/0001-53.

O Sistema Coca-Cola Brasil tem uma engarrafadora própria, a Recofarma Indústrias do Amazonas Ltda., e 39 fábricas ao todo. A Coca-Cola Brasil coordena as empresas de franquias e as estratégias nacionais e regionais de marketing, trabalhando como consultoria exclusiva do Sistema Coca-Cola Brasil. O sistema atua em nove segmentos — refrigerantes, sucos, lácteos, bebidas vegetais, água, águas especiais, água de coco, bebidas esportivas e chás — com uma linha de mais de 200 produtos, entre

sabores regulares e versões sem açúcar ou de baixa caloria. É composto por nove grupos de fabricantes franqueados, o Instituto Coca-Cola Brasil, mais Verde Campo e a parceria com Leão Alimentos e Bebidas.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

A economia brasileira manteve, ao longo do terceiro trimestre, a trajetória de recuperação após o choque da pandemia da Covid-19 de março-abril. Além da gradual flexibilização das restrições à mobilidade de pessoas, a extensão do auxílio emergencial, a ampliação do crédito a micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) com garantia do Tesouro e a política monetária expansionista ajudam a explicar a retomada observada a partir de maio. Os dados de atividade econômica divulgados desde junho têm basicamente confirmado o cenário discutido anteriormente nesta Carta de Conjuntura, segundo o qual, com a continuidade do processo de flexibilização das restrições à mobilidade e ao funcionamento das atividades econômicas iniciado em junho, a economia voltaria a crescer no terceiro e quarto trimestres de 2020, recuperando parte das perdas do segundo trimestre e encerrando o ano com uma queda de 6%. Contudo, o desempenho observado de parte dos indicadores de atividade econômica nos primeiros meses do terceiro trimestre permite uma expectativa mais otimista acerca do ritmo de recuperação ao longo do restante do ano. Com isso, a queda projetada para o PIB no ano foi revisada de 6% para 5%, enquanto, para 2021, o crescimento projetado foi mantido em 3,6%.

No curto prazo, a intensidade da recuperação ainda depende da evolução da pandemia, em especial da continuidade da trajetória de redução do número de novos casos e mortes. O efetivo controle da disseminação da Covid-19 é particularmente importante para o setor de serviços, que vem apresentando desempenho inferior aos demais devido às restrições ainda em vigor e ao comportamento cauteloso por parte de consumidores.

As perspectivas para a economia dependem também, ou principalmente, da redução das incertezas quanto à política fiscal diante do forte aumento do déficit e da

dívida pública resultante das medidas de combate aos efeitos da pandemia, bem como das pressões que vêm se acumulando pelo aumento de gastos. Embora a deterioração fiscal de 2020 seja predominantemente transitória, e seu impacto sobre a dívida pública venha sendo em parte compensado pelas baixas taxas de juros vigentes, aumentou-se a necessidade de implementar medidas estruturais que garantam uma trajetória sustentável para a relação dívida/PIB.

Projeções: taxa de crescimento do PIB e de seus componentes
(Em %)

	Observado				Previsto			
	2018	2019	2020-T1	2020-T2	2020-T3		2020	2021
			Trim. Ano anterior	Trim. Ano anterior	Trim. Ano anterior	Trim. Anterior dessazonalizado		
PIB	1,3	1,1	-0,3	-11,4	-5,4	6,8	-5,0	3,6
Agropecuária	1,4	1,3	1,9	1,2	1,0	0,7	1,6	2,4
Indústria	0,5	0,5	-0,1	-12,7	-4,4	9,9	-4,6	4,3
Serviços	1,5	1,3	-0,5	-11,2	-5,3	6,7	-5,0	3,5
Consumo das famílias	2,1	1,8	-0,7	-13,5	-7,1	7,8	-6,7	4,0
Consumo do governo	0,4	-0,4	0,0	-8,6	-6,5	1,9	-4,2	3,9
FBCF	3,9	2,2	4,3	-15,2	-10,9	6,7	-7,5	4,1
Exportações de bens e serviços	4,0	-2,5	-2,2	0,5	2,5	-0,4	0,3	4,0
Importações de bens e serviços	8,3	1,1	5,1	-14,9	-19,5	-5,5	-10,7	5,4

Fonte: IBGE e Ipea.
Elaboração: Grupo de Conjuntura da Dimac/Ipea.

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

PIB é a sigla para o Produto Interno Bruto, que, em linhas gerais, é um indicador econômico bastante utilizado na Macroeconomia (ramo das Ciências Econômicas) que apresenta a soma de todos os bens e serviços produzidos em uma área geográfica em um determinado período (podendo ser um ano ou um trimestre). Sendo assim, o PIB representa a dinâmica econômica do lugar, apontando o possível crescimento da economia.

Para que serve o PIB?

Basicamente, o PIB serve para medir a atividade econômica, tendo como a análise do resultado do crescimento econômico do lugar em questão. Ao calcular o PIB, cria-se não só a possibilidade de analisar o crescimento econômico, mas também oportuniza comparações com outras localidades. Esse nível de crescimento pode também indicar

possíveis problemas (caso não tenha crescido como o esperado) e, assim, permitir diagnósticos que apontem caminhos para a melhoria da economia.

O PIB também permite analisar quais setores da economia geram mais ou menos renda. Sendo assim, é possível identificar as fragilidades econômicas, bem como enxergar em quais setores deve-se investir.

O cálculo do PIB considera os bens e serviços finais, o que significa que não se leva em consideração o ferro utilizado na produção de um carro, por exemplo, mas sim o carro em si. Isso evita que alguns produtos sejam contabilizados duas vezes. A medição do nível de riqueza pode ser feita de três formas (chegando ao mesmo resultado):

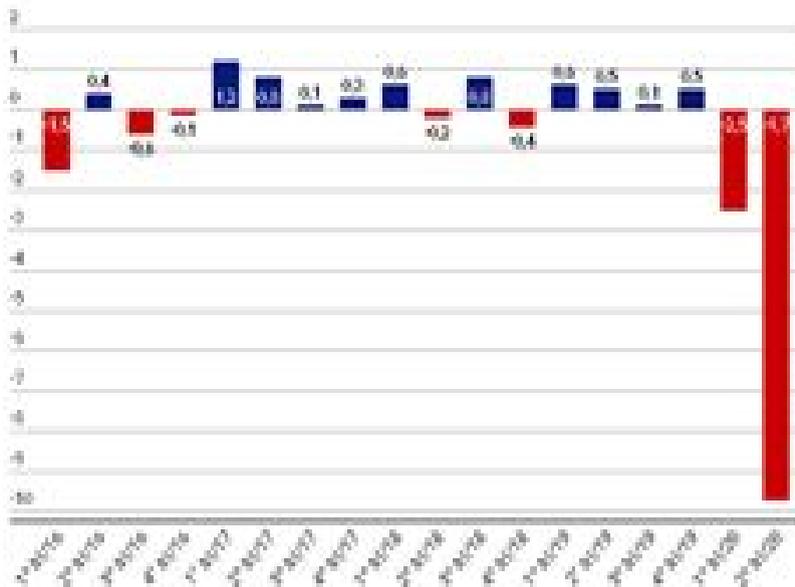
1. Riqueza: Somam-se todas as riquezas produzidas na área. Assim, considera-se tudo que foi produzido. Nessa soma, leva-se em consideração o que foi produzido pela indústria, pelo setor de serviços (todas as atividades remuneradas) e pela agropecuária. Desconsideram-se, nesse caso, os produtos intermediários, ou seja, as matérias-primas, para não contabilizá-las duas vezes.
2. Demanda: Considera-se o consumo, ou seja, leva-se em conta a despesa interna, sendo assim, há uma análise sobre o que é consumido pelas famílias e pelo governo, bem como despesas das empresas (privadas ou governamentais) que investem. As exportações e importações também são consideradas nesse cálculo. A soma é feita a partir de tudo que é comprado.
3. Renda: Somam-se as remunerações com base nos salários, juros, aluguéis e lucros distribuídos. Nesse caso, considera-se que o salário pode pagar pela comida vendida no restaurante, por exemplo, e, dessa forma, paga-se também pelo serviço, garantindo ainda o lucro obtido pelo estabelecimento, assim como os custos da produção.
4. O cálculo do PIB é feito com base na soma dos bens produzidos durante um determinado tempo em um determinado lugar.

Resumindo:

São considerados no cálculo:	Não são considerados no cálculo:
Bens e produtos finais (vendidos ao consumidor final);	Bens intermediários (produtos utilizados na produção de um produto final, ou seja, as matérias-primas);
Serviços (atividades remuneradas);	Serviços não remunerados;
Investimentos (gastos de empresas privadas ou do governo com o objetivo de aumentar a produção);	Bens que já existem (uma casa só é levada em consideração quando construída. Quando ela é revendida, não entra no cálculo);
Gastos do governo (o que é gasto para atender as demandas populacionais).	Atividades informais.

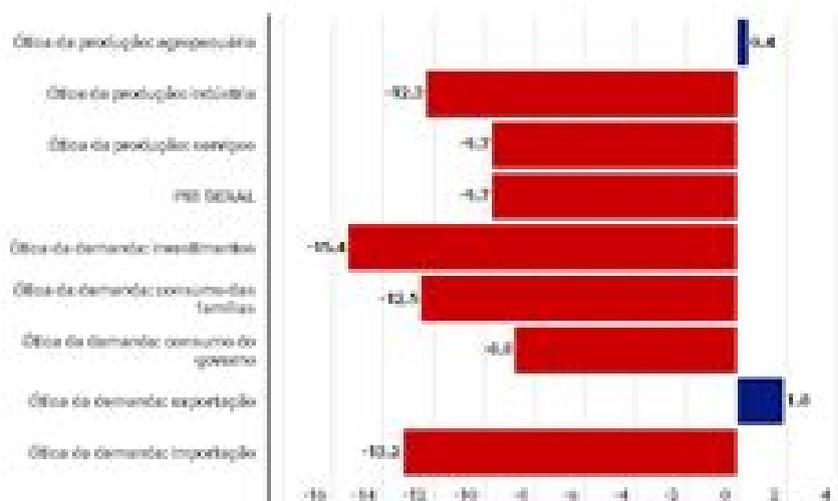
O PIB do Brasil, trimestre a trimestre

Varição ante os três meses imediatamente anteriores (em %)



Qual setor influenciou o PIB

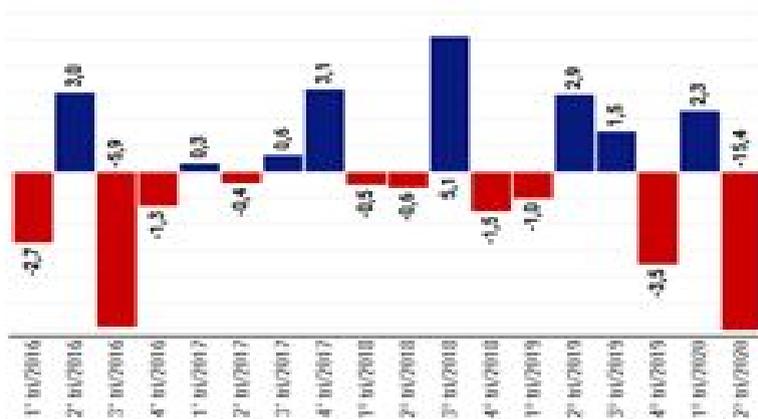
Variação do PIB do 2º trimestre em relação aos resultados do período imediatamente anterior, pelas óticas da produção e da demanda, em %



Fonte: IBGE

Investimento*

*Formação bruta de capital fixo



3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

Pelo mundo, o novo coronavírus tem infectado centenas de milhares de pessoas, a primeira reação do governo diante da chegada ao Brasil da covid-19, doença causada

pelo coronavírus, foi de reforçar a necessidade de aprovação , O governo editou uma Medida Provisória para liberar 5,1 bilhões para a saúde, setor que combate a disseminação do novo coronavírus e que dá suporte sanitário às pessoas. A maioria dos recursos (R\$ 4,8 bilhões) vai diretamente para a pasta da Saúde, comandado pelo ministro Luiz Henrique Mandetta; o restante irá a hospitais vinculados ao Ministério da Educação, como hospitais de universidades federais.

Além do aporte à saúde, o governo também têm agido para apoiar empresas e consumidores que irão sofrer os impactos da pandemia ,O programa social Bolsa Família também será ampliado, recebendo um aporte de R\$ 3,1 bilhões.

O presidente da República, Jair Bolsonaro, assinou a principal alavanca, assinou decreto colocando no rol de atividades essenciais o setor de construção civil.

O presidente da CBIC (Câmara Brasileira da Indústria da Construção), José Carlos Martins, entende que a construção civil será a para que o país consiga retomar o ritmo econômico de antes da pandemia de Coronavírus. O dirigente declarou em webinar que o enfrentamento da crise é similar ao que se faz quando se encerra uma guerra. “Após uma guerra, se sai reconstruindo”, diz. Martins também destaca que a construção civil é o único setor com capilaridade para movimentar os outros segmentos da economia brasileira no pós-pandemia. “A construção civil impacta diretamente 62 setores das áreas industrial e comercial e mais 35 setores de serviço. São 97 torneiras que são abastecidas quando se enche essa caixa d’água. Não há como irrigar a economia sem a construção civil”, compara.

O potencial da construção civil torna-se exemplar quando consideramos o resultado do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil no terceiro trimestre de 2019, com expansão de 0,6% em relação ao segundo trimestre e sinalizando um crescimento de 1,2% da economia brasileira em relação ao mesmo trimestre de 2018. Nesse contexto, a construção civil foi o segmento que registrou o maior crescimento, com 1,3% de expansão, acumulando 4,4%. Combinados, esses indicadores reforçam o que temos defendido há muito tempo: quando a construção civil vai bem, a economia brasileira reage rápido. É PIB na veia do país, O estímulo ao investimento é uma bandeira que a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC) tem empunhado com vigor nos

últimos anos. O investimento cria um ciclo virtuoso, ancorado na criação de empregos de qualidade – formal, com renda e direitos garantidos para o trabalhador – e melhoria na prestação de serviços à sociedade. A economia se movimenta com o acesso à renda e não pelo endividamento das famílias.

Nesse contexto, uma política habitacional de interesse social torna-se estratégica para alavancar a geração de empregos no período vindouro – principal programa em andamento, o Minha Casa Minha Vida (PMCMV) .

Em sua volta à publicidade brasileira, a Coca-Cola lança uma campanha para inspirar a todos a terem esperança, apresentando o conceito “razões para acreditar” em meio à pandemia de Covid-19. Ao som de “*Super Heróis*”, da banda irlandesa The Script, o novo filme, adaptado para o Brasil pela Wunderman Thompson, retrata a capacidade das pessoas de se reinventarem para superar os obstáculos.

As cenas trazem contrapontos, a cada dificuldade é possível enxergar motivos para continuar acreditando. Para a queda da economia, surge a alta da generosidade; para as escolas fechadas, mais lições de vida, são alguns exemplos apresentados. Com uma mensagem de positividade e resiliência, a marca convida mais uma vez: “*Vamos passar por essa juntos*”.

“Coca-Cola sempre trouxe mensagens de otimismo e união em suas campanhas. Por isso voltamos para dizer que, embora sejam tempos difíceis, com o esforço de todos, vamos superar mais essa juntos”, afirma Poliana Sousa, vice-presidente de Marketing da Coca-Cola Brasil.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

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.

No relatório 2012 de Melhores Marcas Globais da Interbrand, a empresa foi avaliada em US\$ 77 bilhões, ocupando a primeira posição no ranking e ficando na frente de gigantes da tecnologia como Apple (US\$ 76,5 bi), IBM (US\$ 75,5 bi) e Google (US\$ 69,7 bi). Este é o 13º ano consecutivo no qual a companhia surge como líder na lista.

Podemos observar que a Coca-Cola não encontra muitos desafios no ambiente externo, ela está sempre a frente com seus produtos e não tem concorrência em outras áreas.

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

O ADVISOR pode ser classificado como um sistema integrado ERP (Enterprise Resource Planning – Planejamento de Recursos Empresariais). Os sistemas integrados são aqueles que unem diversos processos empresariais importantes de uma empresa em um único repositório central, permitindo que os gerentes tenham uma visão panorâmica das operações. Ele é um sistema complexo, visto que possui uma grande quantidade de elementos que estão relacionados e interconectados.

As informações advindas do ADVISOR podem ser classificadas como Informações formais, ou seja, passíveis de codificação e estruturação. Quanto a origem da informação, são fornecidas informações externas, isto é, oriundas do mercado.

Assim, trata-se de um sistema aberto: recebe dados acerca dos concorrentes, clientes, mercados, economia e referente aos próprios produtos da Coca-Cola Brasil, interagindo assim com o ambiente externo e interno.

As variáveis consideradas no ADVISOR são atualizadas mensalmente. Sendo assim ele é um sistema dinâmico e adaptativo, pois responde a mudanças constantes que sofre devido a influência do mercado: mudanças climáticas e econômicas, variação na renda, alteração da demanda, realização de promoções, entre outros.

São realizados esporadicamente pequenos ajustes e atualizações no sistema. Entretanto, não há planos de substituição do ADVISOR, uma vez que os resultados obtidos com ele ao longo dos anos são considerados satisfatórios pela Coca-Cola, ou seja, seu desempenho é considerado eficiente e eficaz. Assim, podemos considerá-lo permanente, até que outra tecnologia seja desenvolvida para substituir suas funcionalidades.

A Coca-Cola tem um ambiente totalmente aberto onde ela expande para o mundo todo.

A qualidade está no DNA da The Coca-Cola Company e é uma das bases do seu sucesso. Critérios rigorosos garantem que todos os consumidores, independentemente do país onde se encontrem, terão em mãos produtos que obedecem aos padrões e normas de segurança e qualidade no mundo todo.

A política de gestão da qualidade da Coca-Cola Brasil, que assegura a excelência de seus produtos, é baseada em sete princípios. São eles: foco no cliente, liderança, engajamento das pessoas, abordagem de processo, tomada de decisão, melhoria contínua e gestão de relacionamento.

Ao perseguir estas diretrizes, a empresa atinge seus objetivos: entregar o produto perfeito (o refrigerante chega às mãos do consumidor, sempre com o mesmo padrão de qualidade) e estimular um ambiente sustentável (toda a cadeia produtiva da empresa

perseguir uma relação harmoniosa com o meio ambiente) e seguro (sem acidentes de trabalho).

O objetivo é criar padrões de governança técnica voltados para “proteger, sustentar e impulsionar o crescimento da Coca-Cola Brasil através da melhoria contínua do nosso sistema de gestão e do atendimento aos requisitos corporativos e legais, de clientes, consumidores, associados e sociedade.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

A Coca-Cola vende seus produtos em mais de 200 países no mundo, inclusive nos maiores mercados consumidores de refrigerantes. Segundo a ABIR (Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas que representa fabricantes de água, sucos, refrescos, energéticos, chás e refrigerantes) o Brasil é o terceiro consumidor mundial de refrigerante, perdendo apenas para México e Estados Unidos. Na América Latina, a Coca-Cola distribui suas vendas entre principalmente México e Brasil, mas mantém negócios em todos os outros países.

Dados da ACNielsen mostram que a Coca-Cola detinha participação de 55,4% no mercado de refrigerantes no Brasil em setembro, incluindo todas as marcas da empresa nesta categoria de produtos. Os negócios da Coca-Cola no Brasil seguem em crescimento. A venda de litros cresceu 2,6% de 2001 para 2002, e o faturamento cresceu 16% de 2004 para 2005. O Sistema Coca-Cola Brasil registrou crescimento pelo 10º trimestre consecutivo, atingindo no terceiro trimestre deste ano vendas 11% superior ao do mesmo período de 2005. O volume global comercializado pela Coca-Cola cresceu 5% e o da América Latina, 7%. O Brasil novamente figurou com destaque no desempenho mundial, ao lado de China, Rússia, Argentina, Turquia e partes da Europa, da África e do Oriente Médio. Empresa de capital aberto, a Coca-Cola é atualmente uma das empresas mais valiosas do mundo. Suas ações são negociadas nas principais bolsas de valores do mundo. Segundo o ranking da Interbrand o valor atual da sua marca está estimado em aproximadamente setenta bilhões de dólares. Em 2009 a Coca-Cola Brasil

sozinha registrou vendas no valor de dezessete bilhões e em 2010 foram investidos mais de dois bilhões na extensão brasileira da empresa.

4. CONCLUSÃO

Levando-se em conta o que foi observado, percebemos que as empresas, exemplo a Coca-Cola, tiveram que utilizar estratégias para reduzir o impacto econômico devido a essa "nova realidade".

Rumo a trajetória a recuperação após o choque da pandemia da Covid-19, houve a necessidade das empresas em uma inovação, uma das formas de aumentar a criação de empregos , onde contribui esse fator para se elevar o PIB e uma economia circular, aumentando o desenvolvimento econômico.

REFERÊNCIAS

<https://brasilecola.uol.com.br/>

<https://www.ipea.gov.br/>

<https://cbic.org.br/posicionamento-cbic-construcao-civil-e-a-locomotiva-do-crescimento-com-emprego-e-renda/>

<https://www.cimentoitambe.com.br/massa-cinzenta/construcao-civil-sera-a-alavanca-do-pais-no-pos-pandemia/>

[DADOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS - Coca-Cola \(google.com\)](#)

[Coca-Cola Brasil – Wikipédia, a enciclopédia livre \(wikipedia.org\)](#)

<https://sites.google.com/site/admsicocacola/sistema-de-informacao-advisor/classificacao-do-advisor>

<https://www.cocacolabrasil.com.br/sobre-a-coca-cola-brasil/como-funciona-o-sistema-de-gestao-de-qualidade-da-coca-cola-brasil>

ANEXOS





