



UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE  
ENSINO OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**  
ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA  
**J. Macêdo**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP  
MARÇO, 2021

UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE  
ENSINO OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**  
ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA



**J. Macêdo**

MÓDULO GESTÃO LOGÍSTICA

GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE  
PRODUTOS – PROF<sup>a</sup> ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO  
GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS – PROF<sup>a</sup> RENATA  
ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES

ESTUDANTES:

Bruno de Lucena Miguel - 1012021100258

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MARÇO, 2021

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>3</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>5</b>
3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS	5
3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA	6
3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA	6
3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	8
3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS	9
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>10</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>11</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>12</b>

## **1. INTRODUÇÃO**

O projeto integrado deste trimestre tem como objetivo, estratégias de distribuição e logística, que é necessário para garantir a disponibilidade de recursos em quantidades ideais e em seus devidos locais, sempre que necessário, a fim de manter a operação em pleno funcionamento.

Para que isso seja possível, muitas vezes é necessário que haja a otimização de diferentes processos, de modo a garantir a rentabilidade e lucratividade na execução dessas operações.

A empresa que foi escolhida para execução do trabalho é a J. Macêdo, atuando na área alimentícia, seguindo na liderança do mercado com suas categorias de farinha e massa para bolo.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

J.Macêdo é uma empresa brasileira de alimentos, portadora do CNPJ, 14.998.371/0001-19 e razão social (J. Macêdo S/A), localizada em Rua, Verbo Divino Nº1207 - Chácara Santo Antônio, São Paulo - SP. Detém hoje a liderança de segmento nas categorias de farinhas de trigo domésticas e de mistura para bolos, além de ser a segunda maior empresa nacional no segmento de massas alimentícias é a fabricante líder em vendas de farinhas de trigo, massas e misturas para bolos na cidade de São Paulo (SP).

Com suas atividades concentradas na indústria de derivados do trigo, a empresa produz, distribui e comercializa em todo o território nacional diversas categorias de produtos presentes nos lares brasileiros: farinhas, massas, mistura para bolos, sobremesas, fermentos, biscoitos, cookies e refrescos; além de uma linha profissional dedicada a indústrias, padarias, restaurantes, hotéis entre outros negócios como as categorias de farinha de panificação, farinha de transformação, mistura para pães, mistura para bolos, reforçador de farinha e fermento.

### **3. PROJETO INTEGRADO**

#### **3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS**

A Companhia opera com unidades produtivas nas Regiões Nordeste, Sudeste e Sul, e centros de distribuição nos principais mercados do Brasil, com a finalidade de melhor atender os clientes. Esses centros de distribuição, além de facilitarem a movimentação de produtos acabados, contribuem para melhor armazenagem dos produtos. Possui centro de distribuição no Rio de Janeiro, Goiânia, Guarulhos e entre outros.

Para a estratégia da empresa, primeiro acontece o atendimento aos clientes, após isso em seus escritórios ocorre as análises de decisões, passando para a fábricas em diversas regiões, depois distribuindo assim por seu métodos de transportes para todos os clientes e conforme o gerenciamento de pedidos.

### **3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA**

Antes mesmo da venda e envio dos produtos acontece o posicionamento logístico, que são as estratégias utilizadas pela empresa, desde, capacidade atual, demandas, alocação em seus estoques, coordenação de produtos e fluxos, entre outros. Todos os processos são realizados pela empresa para adquirir recursos necessários para trabalhar, aquisições de matérias primas e máquinas, também está incluso o desenvolvimento de fornecedores e negociações para melhores vendas.

### **3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA**

A estratégia logística da empresa consiste em otimizar o fluxo dos materiais e produtos e o nível de seus estoques, que estão distribuídos pelo Brasil em algumas unidades industriais. Mantendo uma rede de operadores logísticos terceirizados para a entrega de seus produtos aos pontos de venda. Contratando serviços de logística terceirizados também em conjunto com a Bunge, visando a uma otimização da cadeia de suprimentos do negócio de trigo. Possuindo em algumas localidades operadores logísticos para administrarem nossos depósitos e estoques, incluindo as atividades de armazenagem, movimentação e controle dos estoques de produtos em seus próprios armazéns. Isso traz reduções de estruturas e custos fixos e faz com que nossos produtos cheguem mais rápido aos nossos clientes.

Por meio de sua aliança com a Bunge, operam e produzem farinha de trigo em 11 moinhos (sendo quatro próprios e sete da Bunge). Adicionalmente, operamos cinco plantas industriais de fabricação de massas em larga escala, duas fábricas de misturas para bolos e produção de sobremesas e uma fábrica de biscoitos. Os moinhos, plantas industriais e depósitos estrategicamente localizados próximos aos portos ou a regiões produtoras de trigo e junto aos principais mercados consumidores brasileiros nos

permitem flexibilidade na produção, custos de mão-de-obra competitivos, eficiência logística e agilidade na distribuição dos nossos produtos.

O custos de produção é determinado sempre que possível, com base em contrato de venda firme em uma transação em bases comutativas, entre partes conhecedoras e interessadas, ajustado por despesas atribuíveis à venda do ativo, ou, quando não há contrato de venda firme, com base no preço de mercado de um mercado ativo, ou no preço da transação mais recente com ativos semelhantes. O seguinte critério é também aplicado para avaliar perda por redução ao valor recuperável . O prazo de entrega se baseia em três meses após a compra. Os defeitos acontecem esporadicamente e podemos citar um que é algum produto indevidamente rotulado.



## **3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS**

Possuindo diversas classificações de custos e despesas, uma empresa envolve a atribuição dos gastos da empresa em categorias, as quais podem, ou não, estar relacionadas ao volume de atividade da empresa.

Tendo diversas formas de classificação de custos, cada uma com um específico ponto de vista, podendo ser entre elas, custos primários e custos de transformações como materiais, mão de obra e por último custos que são necessários para a produção mas que não estão associados diretamente ao produto. Despesas são alguns dos gastos que estão diretamente relacionados a empresa, já os custos variam de acordo com a produção e podem ser classificados por, diretos e indiretos, variáveis e fixos, mistos e primários.

### **3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS**

Custos fixos podem ser classificados como:

- Aluguel
- Mão de Obra
- Seguros
- Depreciação
- Tributos

Custos variáveis:

- Fornecedores e Terceiros
- Energia Elétrica
- Combustível
- Materiais Auxiliares

- Mão de Obra

### **3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS**

Custos diretos podem ser definidos como:

- Mão de Obra Direta
- Matéria Prima
- Salários e Horas Extras

Custos indiretos podem ser classificados como:

- Seguros
- Depreciação
- Aluguel
- Mão de Obra Indireta
- Combustíveis
- Energia Elétrica

## **4. CONCLUSÃO**

Neste trimestre abordamos o tema estratégias de distribuição e logística, que é o que garante a disponibilidade de recursos em quantidades ideais e em seus devidos locais, sempre que necessário, a fim de manter a operação em pleno funcionamento. Conclui-se que todo o processo em que estudamos é de suma importância e necessidade para demanda final de muitas empresas que é a entrega do produto.

## REFERÊNCIAS

**J. Macêdo**

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

Acessado em 06 de Março de 2021

## ANEXOS



