



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

PROJETO INTEGRADO
ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA
Coca Cola Industrias Ltda

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
Coca Cola Industrias Ltda

MÓDULO GESTÃO LOGÍSTICA

GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE
PRODUTOS – PROFª ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO

GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS – PROFª RENATA
ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES

ESTUDANTE:

Camila Ragazoni Jacob RA:1012020200187

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MARÇO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	Erro! Indicador não definido.
3. PROJETO INTEGRADO	5
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	Erro! Indicador não definido.
3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	8
3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS	8
3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS	8
4. CONCLUSÃO	9
REFERÊNCIAS	10
ANEXOS	11

1. INTRODUÇÃO

Esse estudo tem como objetivo compreender os sistemas de logística direta e logística reversa, sob ótica de uma empresa que atua no ramo industrial de bebidas. A literatura mostra que a logística direta refere-se ao fluxo de materiais do ponto de aquisição até o ponto de consumo, enquanto que, a logística reversa denota o fluxo de materiais do ponto de consumo até o ponto de origem. Como resultados observou-se que a empresa tem processos logísticos direto e reverso de modo formalizado e consolidado, e sua eficiência é comprovada, por meio dos diversos fatores limitantes dessa atividade.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Coca-Cola Company ou simplesmente **Coca-Cola**, dependendo da região, é uma empresa 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. O CNPJ da empresa Coca Cola Industries Ltda é 45.997.418/0001-53.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

A gestão da cadeia de valor da the Coca cola Company

- Distribuição Primária: Todos os produtos necessários para a produção são transportados às fábricas;
- Centros de Distribuição: São organizados os processos de pré-venda e distribuição aos mais de 2,8 milhões de pontos de venda;
- Pré-Venda: Os vendedores saem nas ruas para fazerem as vendas dos produtos aos consumidores;

Distribuição Secundária: Uma vez que os pedidos são realizados e processados, as rotas de entrega encarregam-se de fazer a logística e distribuir as bebidas aos estabelecimentos que compraram os produtos;

- Pontos de Venda: Os clientes encarregam-se de vender as bebidas aos consumidores;
- Consumo: De acordo com o Relatório de Sustentabilidade da FEMSA, mais de 358 milhões de pessoas adquiriram alguma bebida do portfólio;
- Reciclagem: A empresa gera processos para coletar, reciclar e recuperar os resíduos dos produtos usados

O desenvolvimento do produto inovação constante está entre as prioridades da The Coca-Cola Company. Nas modernas instalações, são desenvolvidas inovações em ingredientes, bebidas, adoçantes, embalagens sustentáveis e tecnologias de refrigeração

ecologicamente corretas para além da América Latina. Cerca de 100 associados vindos de várias partes do mundo trabalham nos laboratórios.

3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA

A Coca-Cola Company é o maior produtor de bebidas do mundo e uma das marcas mais conhecidas do planeta. Para atender à sua gigantesca demanda mundial, a Coca-Cola investe em tecnologia para a produção de seus refrigerantes e das latas de alumínio que serão colocadas à venda

A Coca-Cola está presente nos mais diversos locais, mesmo aquele mercado pequeno de uma cidadezinha do interior. Pois o objetivo da empresa é exatamente esse: estar em todos os lugares do mundo que tenham consumidores!

Para isso, é necessário elaborar uma estratégia logística que seja bem eficaz e ao mesmo tempo complexa. Com isso, a empresa conta com diversas franquias, centros de distribuição, distribuidores e outros parceiros de negócio.

Ciclo do pedido

A meta é fazer com que as remessas sejam entregues em no máximo 24 horas, o que é cumprido na grande maioria dos casos. Para isso, os vendedores visitam os clientes e fazem os pedidos por meio de palmtops, que os envia imediatamente para a base de dados.

Transportes

Existem duas etapas durante o processo de distribuição:

- transporte primário: que é responsável pelo abastecimento dos centros de distribuição;
- Transporte secundário: responsável pelas entregas nos pontos de venda

Tecnologia

- roteirizado
- planejador de carga;
- monitoramento

3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA

O PCP é o cérebro da fábrica, recebe as demandas de vendas, processa e transforma em demandas de produção, que por sua vez serão convertidas em produto acabado do estoque. A interação com diversas áreas força o PCP a ser o máximo assertivo, pois diversas variáveis estão em jogo. O tamanho, as capacidades produtivas e o mix de produtos determinarão qual o melhor método de PCP a ser utilizado.

Os Sistemas de PCP mais utilizados nas empresas são: Just in Time (JIT), MRP/ MRP II ou OPT

Para o sucesso da implantação de um sistema MRP/ MRPII é preciso considerá-lo como um sistema complementar e não apenas um sistema único. O MRP/ MRP II deve conter interfaces com o planejamento de estoques, planejamento de compra de matérias-primas, informações de capacidades de produção e restrições de fabricação, etc. De posse dessas informações, o sistema calcula as capacidades de fabricação, necessidade de aquisição de matérias-primas e de produção.

3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

Custo de mudança: Alto custo de mudança ao novo entrante, caso haja interesse a se equiparar a empresa analisada;

Exigências de capital: Alta exigência de capital para ingressar no negócio, caso o concorrente procure pela mesma fatia do mercado que hoje domina a Coca-Cola. Empresas que desenvolvem produtos com escala regional podem ter mais influência.

Política governamental: As determinações a serem seguidas são apenas as regulamentações necessárias para venda de qualquer produto alimentício, o que não se expõe como uma barreira de entrada

3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS

Custos fixos: Os produtos da *Coca-Cola Company*, seja o refrigerante, sucos ou demais produtos, seguem a linha da precificação com custo fixo (exceto lançamentos), isso ocorre quase por necessidade devido a globalização. Fora isso, existe uma política desde sua fundação para enriquecer esse valor.

3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS

Custos diretos: Salários dos empregados da área de produção; estoques de matérias primas; água.

São custos relacionados à geração do produto final. Custos indiretos, salários da administração; material de expediente; despesas com malote.

4. CONCLUSÃO

De forma geral, este estudo apresentou que, ao desempenho geral das empresas, a logística existe para permitir que o estoque tenha as vantagens de posse, tempo e lugar desejados pelo menor custo total. Em outras palavras, uma empresa não tem o que vender se não for capaz de atender de maneira consistente às exigências de prazo e lugar. Isso requer que o escopo funcional da logística seja integrado para alcançar os objetivos da empresa. A maioria das empresas busca enfatizar a importância da logística e do serviço ao cliente para o sucesso de suas estratégias no futuro próximo. É necessário especificar o nível de comprometimento com o serviço básico que se pretende dar aos clientes em termos de disponibilidade, desempenho operacional e confiabilidade para todos os consumidores.

REFERÊNCIAS

WWW.wikipediaCoca Cola.com Acesso em 20\04\2021

WWW.brasilecola.logistica.com Acesso em 20\04\2021

ANEXOS

Essa parte está reservada para os anexos, caso houver, como figuras, organogramas, fotos etc.