



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

**PROJETO INTEGRADO**  
ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA  
**<The Coca-Cola Company>**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

SETEMBRO, 2021

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

**PROJETO INTEGRADO**  
**ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA**  
**<The Coca-Cola Company>**

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:

Douglas José da Luz, RA 1012020100215

Natália MARIA Sousa Silva, RA 1012020100779

Guilherme Stefanini Bortoloto, RA

1012021100675

Marcelo Leandro Remondini Filho, RA

1012020100341

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

SETEMBRO, 2021

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>6</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>7</b>
3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS	7
3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA	7
3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA	8
3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	9
3.2.1 TERMINOLOGIA E CLASSIFICAÇÕES DE CUSTOS	9
3.2.2 ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO	9
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>11</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>12</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>13</b>

# 1. INTRODUÇÃO

O objeto de estudo do presente projeto interdisciplinar é realizar uma análise sobre a estratégia em logística da empresa THE COCA COLA COMPANY que atua no setor de bebidas refrigerantes.

Foi realizada a escolha desta empresa, por ter o processo grande de estratégia de logística que é bem eficaz e complexa.

O presente projeto será elaborado com o objetivo de apresentar os seguintes estudos

Despesas com os gastos de franquia podem chegar a 65% do orçamento; e cerca de 40% dos colaboradores fazem parte do setor de logística.

A logística tem gerenciamento do fluxo de produtos e produção, pois é através dela que os produtos e serviços chegam até os clientes finais, com o objetivo de entrega rápida e com condições perfeitas.

Tendo transporte responsável interligando o fornecedor a empresa e o cliente, a logística também desenvolve as áreas de manuseio e armazenagem, visando a organização e segurança dos produtos.

Um ponto positivo que pode ser observado na estratégia logística é capaz de entregar satisfação e comodidade na hora certa e em condições perfeitas com o custo justo.

Um ponto negativo é a necessidade de soluções na logística reserva como escoamento da produção com maior flexibilidade de ações aos clientes e fornecedores seria um dos motivos de redução de custo sem perder a qualidade em seus serviços.

Através de todos os estudos foi possível concluir que a empresa Coca Cola Company se trata de uma empresa bem estruturada possuindo um excelente serviço de logística.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Nome empresa: **THE COCA-COLA COMPANY**

Razão social: COCA COLA INDUSTRIAS LTDA

CNPJ: 45.997.418/0001-53

Endereço: PRAIA DE BOTAFOGO, 374 - ANDAR 12 PARTE – BOTAFOGO.

CIDADE: RIO DE JANEIRO/ RJ; CEP: 22250-040.

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

*TAB* foi a primeira tentativa da Coca-Cola Company para desenvolver um refrigerante diet utilizando sacarina como um substituto do açúcar. Introduzido em 1963, o produto ainda hoje é vendido, embora suas vendas tenham diminuído desde a introdução da *Diet Coke*.

A Coca-Cola Company também produz uma série de outros refrigerantes, incluindo a Fresca, a Fanta e o Sprite. A bebida Fanta teve origens que remontam à Segunda Guerra Mundial, quando Max Keith, conseguiu reunir operações da Coca-Cola na Alemanha durante a guerra, e queria ganhar dinheiro com a Alemanha nazista, mas não queria uma publicidade que não afetasse significativamente. Keith recorreu para a produção de uma bebida diferente e suave, a Fanta, que provou ser um sucesso, e quando a Coca-Cola Company voltou após a guerra, a comissão aprovou a marca Fanta. O refrigerante alemão *Fanta Klare Zitronen*, que era muito vendido na época, logo depois tornou-se Sprite em resposta à 7 Up.

Durante a década de 1990, a empresa respondeu ao interesse crescente dos consumidores em bebidas saudáveis através da introdução de diversas novas marcas de bebidas não-carbonatadas. Entre elas, o suco Minute Maid, a bebida esportiva

Powerade, o chá Nestea (em uma *joint venture* com a Nestlé), e a água Dasani, entre outros. Em 2001 a divisão Minute Maid lançou a marca de sucos de laranja *Simply Orange*.

Em 2004, talvez em resposta à crescente popularidade de bebidas diet, tais como a *Atkins Diet*, a Coca-Cola Company anunciou a intenção de desenvolver e vender uma alternativa de baixo carboidrato à *Coca-Cola Classic*, chamado de *C2 Cola*. A *C2* continha uma mistura de xarope de milho de frutose, aspartame, sucralose e acessulfame de potássio. A *C2* foi projetada para imitar o sabor da *Coca-Cola Classic*. Mesmo com menos da metade de energia dos hidratos de carbono padrão em refrigerantes, a *C2* não é um substituto para refrigerantes de zero caloria, como o *Diet Coke*. O *C2* foi colocado à venda nos Estados Unidos em 11 de Junho de 2004, e no Canadá, em Agosto de 2004. O *C2* é um futuro incerto devido às suas vendas decepcionantes.

A *Coca-Cola* é a bebida mais vendida na maioria dos países, e foi reconhecida como a marca mais valiosa do mundo em 2010 segundo a consultoria Interbrand. Enquanto que no Oriente Médio, uma das únicas regiões do mundo onde a *Coca-Cola* não é popular como refrigerante, mas, no entanto, detém quase 25% de participação no mercado (enquanto que a *Pepsi* detém 75%) e teve um crescimento de dois dígitos em 2003. Do mesmo modo, na Escócia, onde a bebida local, *Irn Bru*, é mais popular; dados de 2005 mostram que tanto a *Coca-Cola* e *Diet Coke* conseguiram superar a *Irn Bru* em vendas. No Peru, a bebida nativa do país, *Inca Kola*, tem sido mais popular do que a *Coca-Cola*, o que levou a *Coca-Cola Company* a entrar em negociações com a empresa de refrigerantes e comprar 50% de suas participações. No Japão, refrigerantes não são populares, mas sim chás e cafés são os mais apreciados pelos habitantes. Como tal, a marca mais vendida da *Coca-Cola Company* no país não é a *Coca-Cola*, mas o café da Geórgia.

Em 6 de Julho de 2006, um funcionário da *Coca-Cola Company* e duas outras pessoas foram presos por terem sido acusados de tentar vender as fórmulas comerciais da empresa à concorrente, a *PepsiCo* por 1,5 milhões de dólares. A fórmula da *Coca-Cola*, é talvez o segredo comercial mais bem guardado do mundo, e nunca foi publicada oficialmente. Através disso, uma informação foi relacionada à uma nova bebida em desenvolvimento. Os executivos da *Coca-Cola Company* verificam os documentos e são válidos. Pelo menos um frasco de vidro contendo uma amostra da nova bebida foi oferecido para venda, em documentos judiciais. A denúncia foi revelada pela *PepsiCo*, que prontamente notificou as autoridades.

A empresa anunciou uma nova bebida de chá verde, a *Enviga*, em 2006, juntamente com a tentativa de novos cafés como a *Far Coast* e *Chaqwa*.

Em 25 de maio de 2007 a Coca-Cola Company anunciou que iria comprar a *Glacéau* e a *Burn* por 4,1 bilhões de dólares.

Em 3 de setembro de 2008 a Coca-Cola Company anunciou a sua intenção de fazer uma oferta de compra à China Huiyuan Juice Group Limited (que possui uma quota de 42% do mercado de suco pronto chinês) por 2,4 bilhões de dólares. O Ministério do Comércio da China bloqueou o acordo em 18 de Março de 2009, argumentando que o acordo prejudicaria as pequenas empresas de suco prontos locais, e poderia ter aumentado os preços do suco no mercado e as escolhas dos consumidores.

Em outubro de 2009 a Coca-Cola Company revelou a *Coke Mini*, um refrigerante de baixa caloria, que detém apenas 7,5 onças fluidas. Os primeiros estoques chegaram a Nova York e depois a Washington DC em dezembro de 2009 e a todo o país até março de 2010.

A Coca-Cola Company opera uma atração turística no centro de Atlanta, Geórgia, chamado "*World of Coca-Cola*", que é um museu temático de dois andares onde muitos dos sabores vendidos pela empresa podem ser provados, bem como contar a história da empresa.

### **3. PROJETO INTEGRADO**

Nesta etapa do PI são apresentados os conteúdos específicos de cada unidade de estudo e como são aplicados no respectivo estudo de caso, utilizando para isso, uma empresa real.

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

Sendo o maior produtor de bebidas no mundo e uma das mais conhecidas do planeta, a Coca- Cola Company investe em tecnologia para produção de seus produtos e embalagens para conseguir atender toda sua demanda mundial, investindo também para produção e distribuição de seus produtos, utilizando de uma estratégia logística desde o fornecimento de frutas até a distribuição de seus produtos.

Tendo disciplina operacional, forte execução no ponto de venda e capacidade de adaptação às variações dinâmicas do mercado permitem que a Coca- Cola continue oferecendo valor sustentável em toda sua linha de produtos.

A empresa tem transformado integralmente toda sua Cadeia de Fornecimento abrangendo desde os materiais até a distribuição final, e também do desenho estratégico até o planejamento diário. Tendo como meta padronizar seus processos em toda categoria de produtos, países, canais e modelos de negócio, aumentando seu nível de serviço ao consumidor, otimizando custos e capital.

A rede de distribuição conta com 43 centros, 12 fábricas e contém aproximadamente 20 mil funcionários que permitem entregar seus produtos a mais de 87.7 milhões de consumidores em todo o Brasil, tendo como missão satisfazer e agradar com excelência seus consumidores.

### 3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA

#### **Como funciona o processo de abastecimento da logística da Coca-Cola**

Já reparou que 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.

#### **Despesas em logística**

Os gastos dessa franquia destinados a essa área podem chegar a 65% do seu orçamento total. Da mesma forma, cerca de 40% dos colaboradores fazem parte do setor de logística.

#### **Parceiros de negócio**

Além dos Centros de Distribuição, a franquia conta com 30 distribuidores, que ajudam a fazer com que os produtos cheguem até mesmo nos lugares mais remotos.

#### **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, partindo dos CDs.

#### **Tecnologia**

- roteirizador;
- planejador de carga;

- monitoramento.

Como você pode ver, existe um planejamento, investimento e controles muito rigorosos no que diz respeito à logística da Coca-Cola e isso é feito para que se consiga garantir um padrão de qualidade dos itens.

Tudo isso é feito para garantir que os produtos certos estejam no local adequado, no menor tempo possível — o principal objetivo de qualquer operação logística.

### **Logística de Entrada**

A Coca-Cola recebe em suas regionais toda a matéria prima, bem como matérias para envasamento de cada fornecedor, ficando a regional, responsável pelo envasamento, produção e distribuição para a região a qual atende.

### **Logística de Saída**

As empresas atuais realizam os seus projetos de forma mais estratégicas e táticas do que operacionais com várias parcerias, sempre com foco na prestação de serviços otimizando a redução de custos.

Agregar uma cadeia de suprimento e uma melhor localização para escoação da produção com variação de modais, é uma das estratégias táticas para o investimento em um projeto logístico.

A necessidade de soluções para diversos problemas logísticos como a logística reversa; escoamento da produção; maior flexibilidade de ação frente aos seus clientes e fornecedores, são um dos motivos para pensar em uma redução de custos sem perder a qualidade em seus serviços e produtos.

### 3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA

Como formar uma Empresa sólida: The Coca-Cola Company

A qualidade e a segurança alimentar dos produtos da The Coca-Cola Company são iguais **nos mais de 200 países em que está presente**. Assegurá-los é a **máxima responsabilidade** da empresa, uma **prioridade fundamental** da sua estratégia e parte dos principais valores da sua cultura. Qualidade e segurança alimentar são as **bases para o seu sucesso** junto dos consumidores em todo o mundo.

O objetivo da The Coca-Cola Company é fazer com que o consumidor tenha a confiança de que poderá desfrutar com total certeza do sabor inconfundível de cada uma das bebidas da empresa, independentemente de onde este se encontre. Não é de surpreender que o lema que resume a sua Política de Qualidade e Segurança Alimentar seja um *Produto perfeito e de confiança em qualquer parte*.

*“O objetivo da The Coca-Cola Company é fazer com que o consumidor tenha a confiança de que poderá desfrutar com total certeza do sabor inconfundível de cada uma das bebidas da empresa, independentemente de onde este se encontre.”*

Para atingir esse objetivo, a empresa e os seus parceiros de engarrafamento em todo o mundo obedecem a **rígidos padrões internacionais**, além de terem criado uma série de **processos e procedimentos próprios** que vão além dessas normas a nível global. Assim, para garantir a qualidade e a segurança de seus produtos, a The Coca-Cola Company e os seus parceiros de engarrafamento devem aderir ao seguinte:

- **Padrões de Ouro de qualidade.** Somente as fábricas autorizadas pela The Coca-Cola Company fabricam produtos intermediários e finais, cumprindo, assim, os procedimentos aprovados para a produção, o armazenamento e a distribuição.
- **Sistemas de Gestão.** Garantia da implementação de políticas, padrões e programas de gestão da qualidade, fornecendo os recursos necessários para alcançar os objetivos de qualidade.
- **Gestão e evolução de risco.** Diferentes ferramentas de avaliação, internas e externas, são utilizadas para garantir a conformidade com a estrutura legal vigente da The Coca-Cola Company e com os seus padrões.
- **Conformidade legal.** Em cada um dos mercados onde a empresa opera, os requisitos legais locais são cumpridos.
- **Gestão de Incidentes e Resolução de Crises.** Primariamente, o objetivo é proteger os clientes e os consumidores e, posteriormente, as marcas e a imagem da empresa.
- **Produção.** A Coca-Cola Company conta com processos consolidados que estão alinhados com os compromissos de qualidade. Nesse sentido, existem equipes de trabalho dedicadas a monitorar continuamente tudo o que ocorre.
- **Distribuição e mercado.** É o último elo para garantir a qualidade e a integridade das bebidas. Em todos os momentos, procura-se que a gestão e a comercialização do portfólio de produtos sejam ótimos.

## **Produção**

Um produto antes de chegar às mãos do consumidor passa por várias fases e vários processos. Vai desde:

- Pesquisa de Mercado;
- A Escolha de um local de Atuação;
- A Elaboração do produto,
- A aprovação final;

- O lançamento;
- O acompanhamento do produto até o mercado.

Todo produto é feito de acordo com a sua localização, por exemplo: Os sucos Del Valle são produzidos na cidade de Americana-SP e enviados para Femsa realizar a distribuição, a Del Valle é responsável apenas pela produção e envasamento só acontece para os produtos de Sucos. Nesta mesma região temos a Femsa que tem como prioridade a fabricação de refrigerantes, a mesma produz e realiza a distribuição da mesma.

A Leão oferece uma linha completa de produtos para todas as ocasiões. São chás, néctares, energéticos, isotônicos e bebidas lácteas, regulares e de baixa caloria, que levam mais sabor, praticidade e bem-estar a milhares de consumidores.

Formada pela Coca-Cola Brasil e seus fabricantes regionais, a Leão Alimentos e Bebidas é responsável pela gestão de toda a cadeia produtiva da linha nacional de bebidas sem gás, chás e energéticos do portfólio da Coca-Cola no País.

A empresa atua nos segmentos de néctares, sucos, bebidas mistas, energéticos, isotônicos, achocolatado, chás secos, solúveis e prontos para beber, que integram produtos das marcas Del Valle Mais, Del Valle Kapo, Del Valle Frut, Del Valle para o Mc Donald's, Laranja Caseira, Burn, Powerade, I9, Matte Leão, Chá Leão, Leão Ice Tea, Chimarrão Pampas e Guaraná Power.

Atualmente com unidades fabris localizadas nas cidades de Linhares (ES), Americana (SP), Fazenda Rio Grande (PR), Fernandes Pinheiro (PR) e Rio de Janeiro (RJ), a Leão inova e melhora continuamente a qualidade de seus produtos, empregando as melhores práticas de produção e seguindo rígidos padrões de qualidade. Tudo para garantir que o consumidor tenha sempre o melhor produto à sua disposição.

## 3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

**GESTÃO DE CUSTOS.** Vive-se em um mundo em constantes mudanças na economia mundial, decorrentes da tecnologia da informação (TI) e da globalização dos mercados, fazendo com que os gestores das empresas necessitam estar em consonância com essa evolução para a continuidade e desenvolvimento da empresa.

Esse mercado cada vez mais exigente obriga os profissionais a se tornarem cada vez mais competitivos, em decorrência da complexidade em que se encontra a economia mundial.

É nesse ambiente em que cada decisão se torna mais importante, que os custos devem ser tratados pela contabilidade como um importante instrumento que auxilia os gestores da empresa a decidirem com segurança visando os objetivos da entidade.

A expressão Gestão estratégica de custos é utilizada para designar a integração que ocorre entre o processo de gestão de custos e o processo de gestão da empresa como um todo.

“A contabilidade gerencial deve tentar informar os custos dos produtos com a maior acurácia possível, possibilitando decisões adequadas à fixação de preços, à introdução de novos produtos, ao abandono de linhas ou produtos obsoletos.

Nesse contexto, a gestão estratégica de custos assume um papel de suma relevância, pois as empresas precisam enfrentar com competência esse mercado extremamente competitivo.

### • Custos Diretos

Custos diretos são aqueles que estão fisicamente e diretamente vinculados a um segmento específico em análise. Esse segmento específico pode ser um produto, um serviço ou qualquer outra entidade de custo.

Desta forma, se o objeto de nossa análise for uma linha de produtos, logo os materiais e a mão de obra envolvida em sua fabricação representam custos diretos. Quando relacionados com o produto final, eles são gastos industriais que podem ser alocados direta e objetivamente aos produtos, e podem ser fixos e variáveis.

#### • Custos Indiretos

São os gastos que não podem ser alocados de maneira direta ou de forma objetiva aos produtos, serviços, departamentos ou outros objetos de custo. Sua alocação se dá de maneira indireta, através de critérios de distribuição (rateio, alocação, apropriação etc.). Também são conhecidos como custos comuns e podem ser fixos ou variáveis.

#### • Custos Fixos

Uma série de gastos são custos fixos, entretanto, qualquer custo é sujeito a mudanças. Em outras palavras, dizer que um custo é fixo não significa dizer que ele não pode subir ou baixar. O custo fixo não é fixo em relação a si mesmo, é fixo em relação ao volume de atividade operacional.

De forma genérica, são os custos e despesas necessários para a manutenção de um nível mínimo de atividade operacional e, por essa razão, são também conhecidos como custos de capacidade. O aluguel de uma fábrica é um exemplo de um custo fixo, pois o valor

do aluguel não aumenta quando seu volume de atividades aumenta. Por essa razão o aluguel é um custo fixo.

Ainda que conceitualmente fixos, esses custos podem elevar ou diminuir em função da capacidade ou do intervalo de produção. Desta forma, os custos são fixos dentro de um intervalo relevante de produção ou venda, mas podem variar diante de aumentos ou reduções significativas de volume.

Por exemplo, o aluguel de um estacionamento com capacidade para 100 automóveis. Caso seja necessário aumentar a capacidade do estacionamento, muito provavelmente o valor do aluguel do estacionamento irá subir.

#### • Custos Variáveis

São classificados como variáveis os custos e despesas cujo valor varia em função do volume de atividades (produção, vendas etc.) da empresa. A variabilidade de um custo apresenta uma relação com um denominador específico.

Portanto, é conveniente ressaltar a diferença entre o custo variável e o custo direto. O custo somente é variável quando ele acompanha proporcionalmente a variação da atividade na qual ele é relacionado.

O custo direto, por outro lado, é aquele que se pode mensurar com relação a essa atividade ou com um determinado produto ou outra entidade de custo. Por exemplo, a mão de obra contratada para determinado volume de operações é fixa em relação àquele volume, mais direta em relação àquele produto, pois podemos mensurar o trabalho destinado a cada unidade do produto.

### **Ponto de equilíbrio**

Um conceito de Contabilidade Gerencial utilizado nas empresas como suporte às necessidades informativas é o ponto de equilíbrio.

Assim sendo, o ponto de equilíbrio é o nível de vendas em qual o lucro se torna nulo, ou seja, se o número de unidades vendidas é suficiente para cobrir seus custos fixos e variáveis. É um importante instrumento para a tomada de decisão, pois informa aos acionistas o nível de produção que deve ser atingido para gerar o lucro desejado. Dependendo da necessidade do administrador da empresa "... O ponto de equilíbrio possibilita adaptações que suprem informações gerenciais não possuídas. Portanto essas adaptações originam tipos de equilíbrios que se ajustam às diversas atividades de planejamento das atividades da empresa. Os pontos de equilíbrio encontrados na literatura são Ponto de Equilíbrio Contábil, Ponto de Equilíbrio Financeiro e Ponto de Equilíbrio Econômico.

O Ponto de Equilíbrio Contábil (PEC) informa a quantidade de produtos a ser vendido para que o resultado do período não seja nulo. O cálculo para o ponto de equilíbrio contábil se dá através da seguinte fórmula:

$$PEC = \frac{\text{Custos Fixos} + \text{Despesas fixas}}$$

$$(\text{Preço} - \text{Custo variáveis} + \text{Despesas variáveis})$$

O Ponto de Equilíbrio Financeiro (PEF) informa o quanto a empresa terá de vender para não ficar sem dinheiro para cobrir suas necessidades de desembolso. Se a empresa estiver operando abaixo do ponto de equilíbrio financeiro, ela terá problemas de caixa, e podendo correr o risco de não conseguir saldar as suas dívidas ou necessitando tirar empréstimos. A fórmula do ponto de equilíbrio financeiro é a seguinte:

$$\text{PEF} = \frac{(\text{Custos e Despesas fixas} - \text{valores desembolsados efetivamente})}{\text{Preço de venda} - \text{Custo e despesas variáveis}}$$

O Ponto de Equilíbrio Econômico (PEE) distingue-se das demais fórmulas de ponto de equilíbrio por incluir a variável ‘Lucro desejado’”. Esse ponto de equilíbrio é utilizado quando os gestores da empresa necessitam de informação acerca de qual é o número de unidades a serem vendidas para se atingir determinada meta. O cálculo do ponto de equilíbrio econômico (PEE) é assim definido:

$$\text{PEE} = \frac{(\text{Custos Fixos} + \text{Despesa fixa}) + (\text{Valor obtido na aplicação da taxa})}{(\text{Preço} - (\text{custo variável} + \text{despesas variáveis}))}$$

Os três pontos de equilíbrio oferecem importantes subsídios para a tomada de decisões por parte dos gestores da empresa, podendo ser calculados tanto em unidade quanto em valor. É uma importante ferramenta, pois informa o ponto de equilíbrio total global da empresa, por determinado produto, auxiliando os gestores nas decisões de curto prazo.

### **3.2.1 TERMINOLOGIA E CLASSIFICAÇÕES DE CUSTOS**

Conhecer e dominar a terminologia de custos é o caminho para que os profissionais consigam mensurar de forma eficaz os elementos contábeis nos relatórios. Dessa forma,

conseguem contribuir com melhorias nos processos de registro e, principalmente, na gestão.

Gastos, despesas, custos: é tudo igual a mesma coisa, uma vez que significam saídas de recursos? E desembolso? Entenda!

Esses termos indicam como o valor do que a empresa oferece como produto é composto. A partir disso, uma análise irá definir se vale ou não a pena produzir determinado produto, ou se um modelo de negócio funcionará e ainda o que precisa ser melhorado (quais itens) para que a empresa se torne mais eficiente.

Gasto: é uma saída financeira com a qual a organização arca para obter um produto ou serviço qualquer. É representado pela entrega ou promessa de entrega de ativos, normalmente dinheiro. Exemplos: gasto com mão de obra, gasto com compra de matéria-prima.

Investimento: gasto feito em função de sua vida útil ou de ganhos futuros. Exemplos: compra de maquinário (investimento permanente) e compra de matéria-prima (investimento circulante).

Custo: é um gasto relacionado a um bem ou serviço utilizado para produzir outros bens ou serviços. Os custos têm subdivisões, podem ser fixos, variáveis, diretos e indiretos. Exemplos: Energia elétrica é um gasto que depois se transforma em custo. A compra de matéria-prima é um gasto que se transforma em investimento circulante e depois vira custo (e que vira investimento novamente, até que a mercadoria seja vendida).

Despesa: é o bem ou serviço consumido de forma direta ou indireta para se obter receitas. Exemplo: a comissão de vendedores.

Desembolso: é o pagamento relacionado à aquisição do bem ou serviço.

Perda: bem ou serviço consumidos de forma anormal e involuntária. Exemplo: perdas com incêndios.

### 3.2.2 ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO

#### DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS - COCA-COLA

<b>Encerramento do Exercício:</b>	<b>02/07/2021</b>	<b>02/04/2021</b>	<b>31/12/2020</b>	<b>25/09/2020</b>
<b>Receita Total</b>	<b>10129</b>	<b>9020</b>	<b>8611</b>	<b>8652</b>
<b>Receita</b>	<b>10129</b>	<b>9020</b>	<b>8611</b>	<b>8652</b>
<b>Outras Receitas, Total</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Custos de Receitas, Total</b>	<b>3787</b>	<b>3505</b>	<b>3578</b>	<b>3471</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>6342</b>	<b>5515</b>	<b>5033</b>	<b>5181</b>
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>7734</b>	<b>6410</b>	<b>6515</b>	<b>6393</b>
<b>Despesas com vendas, gerais e administrativas</b>	<b>3017</b>	<b>2669</b>	<b>2589</b>	<b>2511</b>
<b>Pesquisa e Desenvolvimento</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Depreciação/Amortização</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

<b>Despesas com Juros (Lucro)</b>	-	-	-	-
<b>Despesas extraordinárias (Lucro)</b>	930	236	345	411
<b>Outras Despesas Operacionais, Líquidas</b>	-	9	3	332
<b>Receitas Operacionais</b>	2395	2610	2096	2259
<b>Receita de Juros (Despesas)</b>	1175	95	245	-132
<b>Ganho (perda) na Venda de Ativos</b>	-	-	-	-
<b>Outros, Líquido</b>	48	58	20	54
<b>Lucro Antes dos Impostos</b>	3618	2763	2361	2181
<b>Provisão para Imposto de Renda</b>	994	508	887	441
<b>Lucro Líquido depois Despesas com Imposto</b>	2624	2255	1474	1740
<b>Participação dos Acionistas Minoritários</b>	17	-10	-18	-3

<b>Patrimônio Líquido de Controladas</b>	-	-	-	-
<b>Ajuste de US GAAP</b>	-	-	-	-
<b>Lucro Líquido Antes de Ítens Extraordinários</b>	2641	2245	1456	1737
<b>Ítens Extraordinários</b>	-	-	-	-
<b>Lucro Líquido</b>	2641	2245	1456	1737
<b>Ajustes ao Lucro Líquido</b>	-	-	-	-
<b>Lucro Disponível ao Acionista Ordinário Excluindo Ítens Extraordinários</b>	2641	2245	1456	1737
<b>Ajuste de Diluição</b>	-	-	-	-
<b>Lucro Líquido Diluído</b>	2641	2245	1456	1737
<b>Número Médio Ponderado de Ações – Diluído</b>	4338	4330	4329	4321
<b>Lucro Diluído Por Ação Excluindo Ítens Extraordinários</b>	0,61	0,52	0,34	0,4

<b>Dividendos por Ações - Distribuição Primária de Ações Ordinárias</b>	<b>0,42</b>	<b>0,41</b>	<b>0,41</b>	<b>0,41</b>
<b>Lucro normalizado diluído por Ação</b>	<b>0,76</b>	<b>0,56</b>	<b>0,39</b>	<b>0,48</b>

#### Demonstração do Fluxo de Caixa - Coca-Cola

	<b>02/07/2021</b>	<b>02/04/2021</b>	<b>31/12/2020</b>	<b>25/09/2020</b>
<b>Encerramento do Exercício:</b>				
<b>Lucro Líquido do Exercício</b>	<b>4879</b>	<b>2255</b>	<b>7768</b>	<b>6294</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>	<b>5525</b>	<b>1636</b>	<b>9844</b>	<b>6220</b>
<b>Depreciação /Exaustão</b>	<b>749</b>	<b>366</b>	<b>1536</b>	<b>1106</b>

<b>Amortização</b>	-	-	-	-
<b>Impostos Diferidos</b>	<b>500</b>	<b>377</b>	<b>-18</b>	<b>10</b>
<b>Itens não Monetários</b>	<b>-165</b>	<b>15</b>	<b>-132</b>	<b>-288</b>
<b>Recebimentos</b>	-	-	-	-
<b>Pagamentos em Espécie</b>	-	-	-	-
<b>Impostos Pagos</b>	-	-	-	-
<b>Juros Pagos</b>	-	-	-	-
<b>Capital de Giro</b>	<b>-438</b>	<b>-1377</b>	<b>690</b>	<b>-902</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento</b>	<b>1753</b>	<b>-281</b>	<b>-1477</b>	<b>-7072</b>
<b>Despesas de Capital</b>	<b>-450</b>	<b>-216</b>	<b>-1177</b>	<b>-759</b>
<b>Outros Fluxos de Caixa das Atividades de Financiamento, Total</b>	<b>2203</b>	<b>-65</b>	<b>-300</b>	<b>-6313</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento</b>	<b>-4962</b>	<b>364</b>	<b>-8070</b>	<b>5973</b>

<b>Itens de Financiamento</b>	<b>-372</b>	<b>-449</b>	<b>310</b>	<b>153</b>
<b>Total de Dividendos pagos</b>	<b>-3623</b>	<b>-1810</b>	<b>-7047</b>	<b>-3522</b>
<b>Emissão de Ações (Aposentadoria), Líquido</b>	<b>238</b>	<b>79</b>	<b>529</b>	<b>421</b>
<b>Emissão de Dívida (Aposentadoria), Líquido</b>	<b>-1205</b>	<b>2544</b>	<b>-1862</b>	<b>8921</b>
<b>Efeito do Câmbio</b>	<b>82</b>	<b>-18</b>	<b>76</b>	<b>-36</b>
<b>Variações Líquidas no Caixa</b>	<b>2398</b>	<b>1701</b>	<b>373</b>	<b>5085</b>
<b>Saldo Inicial em Caixa</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Saldo Final em Caixa</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Crescimento do Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Rendimento do Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

O Ponto de Equilíbrio Contábil (PEC) informa a quantidade de produtos a ser vendido para que o resultado do período não seja nulo. O cálculo para o ponto de equilíbrio contábil se dá através da seguinte fórmula:

$$\text{PEC} = \frac{\text{Custos Fixos} + \text{Despesas fixas}}{\text{MC}}$$

$$\text{MC} = 10.129/3947 = 2,566253$$

$$\text{PEC} = \frac{3.017+930}{2,566253} = \frac{3947}{2,566253} = 1.538,04$$

O Ponto de Equilíbrio Financeiro (PEF) informa o quanto a empresa terá de vender para não ficar sem dinheiro para cobrir suas necessidades de desembolso. Se a empresa estiver operando abaixo do ponto de equilíbrio financeiro, ela terá problemas de caixa, e podendo correr o risco de não conseguir saldar as suas dívidas ou necessitando tirar empréstimos. A fórmula do ponto de equilíbrio financeiro é a seguinte:

$$\text{PEF} = \frac{\text{Custos e Despesas fixas} - \text{valores desembolsados efetivamente}}{\text{Preço de venda} - \text{Custo e despesas variáveis}}$$

$$\text{PEF} = \frac{10.129+749+500+(-165)}{2,566253} = \frac{11.213}{2,566253} = 4.369,406$$

O Ponto de Equilíbrio Econômico (PEE) distingue-se das demais fórmulas de ponto de equilíbrio por incluir a variável ‘Lucro desejado’”. Esse ponto de equilíbrio é utilizado quando os gestores da empresa necessitam de informação acerca de qual é o número de unidades a serem vendidas para se atingir determinada meta. O cálculo do ponto de equilíbrio econômico (PEE) é assim definido:

$$\text{PEE} = \frac{(\text{Custos Fixos} + \text{Despesa fixa}) + (\text{Valor obtido na aplicação da taxa})}{(\text{Preço} - (\text{custo variável} + \text{despesas variáveis}))}$$

$$\text{PEE} = \frac{10.129 + 10\%}{2,566253} = \frac{11.141,9}{2,566253} = 4.341,69$$

## 4. CONCLUSÃO

Tendo em vista o que foi apresentado, o projeto teve como foco a Estratégica Logística da Coca Cola Company.

E objetivo abordar determinado tema a fim de apresentar sua extrema importância na logística

Observamos o quanto conhecimento sobre o assunto abordado contribui para uma estratégia logística eficaz, podemos ver que na empresa existe muito investimento e planejamento para isso conta com o processo de abastecimento que é necessário, a empresa também conta com as diversas franquias e centro de distribuição. O processo de distribuição conta com duas etapas, com transporte primário; responsável pelo

abastecimento dos centros de distribuição; e transporte secundário responsável pelas entregas nos pontos de vendas partindo dos CDS

Outro ponto é que suas despesas chegam a 65% do seu orçamento total e 45% fazem parte do setor da logística.

Foi abordado diversas soluções para diversos problemas na logística.

Exemplo a logística reserva, escoamento da produção são os motivos para redução de custos sem perder a qualidade de seus produtos.

Sendo a maior empresa de bebidas maior do mundo, a Coca Cola sempre procura manter seus produtos de qualidade para satisfazer seus clientes.

Através de todos os estudos realizados foi possível concluir que a empresa Coca Cola Company se trata de uma empresa bem estruturada possuindo uma excelente Estratégica Logística.

## REFERÊNCIAS

Essa parte está reservada para as referências, as quais devem estar metodologicamente discriminadas em ordem alfabética e corresponder às citações realizadas ao longo dos textos.

As referências correspondem às citações feitas ao longo dos textos, recomendamos assistir ao vídeo: MANUAL DE TRABALHOS ACADÊMICOS, disponível no AVA em “Fala do Coordenador”.

A utilização da metodologia científica é obrigatória e deve ser utilizado o Manual UNIFEOB para Trabalhos Acadêmicos ou as Normas da ABNT.

Desconhecido. Situação Cadastral, 2020. Disponível em: <https://www.situacaocadastral.info/cnpj/coca-cola-industrias-ltda-45997418000153#:~:text=CNPJ%3A%2045.997.418%2F0001-53%20-%20Coca%20Cola,Industrias%20Ltda%20-%20Situa%C3%A7%C3%A3o%20Cadastral>. Acesso em: 13, Setembro de 2021.

Desconhecido. Exemplo de Logística Coca-Cola. 2021. Disponível em: <https://www.bloglogistica.com.br/mercado/exemplo-de-logistica-coca-cola/>. Acesso em: 13, Setembro de 2021.

Desconhecido: Coca-Cola. 2021. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Coca-Cola>. Acesso em: 15, Setembro de 2021.

Desconhecido. Distribuidora da Coca-Cola adota nova solução de Logística. 2014. Disponível em: <https://www.bloglogistica.com.br/mercado/distribuidora-da-coca-cola-adota-nova-solucao-de-logistica/>. Acesso em: 15 Setembro de 2021.

Desconhecido. O que faz com que a Coca-Cola tenha a mesma qualidade em todo o mundo?. 2015. Disponível em: <https://www.cocacolaportugal.pt/conhece-nos/informacao-corporativa/qualidade-coca-cola>. Acesso em: 15, Setembro de 2021.

Editor CM. Ranking elenca os países com a Coca-Cola mais cara. Brasil está em 43°. 2019. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2019/08/05/ranking-coca-cola-mais-cara/#:~:text=Mas%20agora%20um%20levantamento%20divulgado%20pela%20plataforma%20de,1%2C17%2C%20o%20equivalente%20a%20R%24%204%2C42%2C%20sem%20impostos>. Acesso em: 16, Setembro de 2021.

Desconhecido. 2021. Disponível em: <https://www.educamundo.com.br/blog/terminologia-contabilidade-custos>. Acesso em: 18, Setembro de 2021.

Desconhecido. 2021. Disponível em: <https://endeavor.org.br/financas/gestao-de-custos/>. Acesso em: 18, Setembro de 2021.

Desconhecido. 2021. Disponível em: <https://www.studocu.com/pt-br/document/escola-superior-de-administracao-marketing-e-comunicacao/logistica-e-supply-chain-management/logistica-coca-cola/9943380>. Acesso em: 18, Setembro de 2021.

Desconhecido. 2021. Disponível em:  
<https://coca-colafemsa.com/pt-br/noticias/distribuicao-logistica/>. Acesso em: 18,  
Setembro de 2021.

Desconhecido. 2021. Disponível em:  
<https://br.investing.com/equities/coca-cola-co-income-statement>. Acesso em: 20,  
Setembro de 2021.

## **ANEXOS**

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