



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

**PROJETO INTEGRADO**  
ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA  
**DANONE S/A**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MARÇO, 2023

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

**PROJETO INTEGRADO**  
**ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA**  
**DANONE S/A**

MÓDULO GESTÃO DA CADEIA DE VALOR

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:

Clenilton Santos Gonçalves, RA 1012020100263  
Cristiane Freire Gonçalves, RA 1012021100347  
Giovanna de Cassia Francioli, RA 1012021200023  
José Vieira De Jesus Júnior, RA 1012020100013  
Marcelo Silva Gregorio, RA 1012020100632

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MARÇO, 2023

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>4</b>
3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS	4
3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA	5
3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA	6
3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	8
3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS	8
3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS	9
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CRIANDO O NOVO	11
3.3.1 CRIANDO O NOVO	11
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>16</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>17</b>
<b>RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO</b>	<b>19</b>

# 1. INTRODUÇÃO

A produção de bens e serviços vive em uma constante alta, surgindo diariamente novos concorrentes e tornando o mercado cada vez mais competitivo. Neste cenário, as empresas além de investir em qualidade e eficiência, também devem possuir uma agilidade no atendimento e com isso, a logística torna-se um fator diferencial no sucesso do negócio.

A logística participa de todo o ciclo da produção, desde a obtenção da matéria prima até o ponto de consumo, tornando-se um fator vital para a saúde da empresa.

Saindo da limitação de apenas funções operacionais de transporte, a logística deve ser estratégia de desenvolvimento da empresa, pois é capaz de aprimorar o desempenho do negócio, possibilitando a otimização do fluxo de trabalho, redução de custos e geração de valor, que serão diferenciais competitivos.

Tendo as estratégias de logística alinhadas, as empresas conseguem identificar as reais necessidades dos consumidores, gerando eficiência e satisfação.

O projeto em questão visa analisar a estratégia em logística da empresa Danone, que é referência no mercado. Por ele, visamos identificar os impactos que o gerenciamento logístico pode apresentar durante todo o processo e no custo final dos produtos.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Danone S/A é uma empresa multinacional atuante no comércio alimentar e de bebidas, com base em categorias voltadas para a saúde e de rápido crescimento: produtos lácteos, base vegetal, águas e nutrição especializada.

É considerada uma empresa francesa, porém iniciou suas atividades em 1919, na Espanha, com produção de iogurtes a partir de leite fresco e, devido ao grande sucesso, em 1929 expandiu seu negócio para França, onde efetivamente tornou-se um empreendimento. A partir dos anos 40 teve grande aceleração no mercado e chegou até os EUA.

A chegada da empresa no Brasil se deu na década de 70, período no qual a Danone inaugurou diversas fábricas ao redor do mundo e se firmou como referência no segmento, tanto pelos produtos já comercializados como pelos novos desenvolvidos.

Nos anos 80 e 90, a empresa entrou também para segmentos de biscoitos e bolachas e iniciou o desenvolvimento de produtos de linhas saudáveis que além de sabor, ofereciam benefícios para a saúde do consumidor.

Atualmente a empresa é líder global em produtos lácteos frescos, sendo comercializada em mais de 120 países, com cerca de 102.500 colaboradores distribuídos em 55 países e com um faturamento de 1,92 bilhão de euros em 2022.

No cenário brasileiro, a Danone conta com aproximadamente 4.500 colaboradores diretos, 3 unidades de negócios e 4 fábricas. Hoje engloba além da produção de iogurtes e demais produtos derivados do leite, também águas engarrafadas (Bonafont) e produtos de nutrição infantil e envelhecimento saudável (Danone Nutricia).

## **3. PROJETO INTEGRADO**

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

As unidades de produtos lácteos, base vegetal, águas e Nutrição Especializada da Danone Brasil, agora são só uma. Como parte de reestruturação global, a empresa unificou seu portfólio para atuar de forma mais ágil e simplificada e manter o pioneirismo no setor de alimentos, bebidas e nutrição.

A mudança representa uma transformação nas relações comerciais, que se darão por meio de uma única interface, com os consumidores, que encontraram os mesmos produtos nos supermercados e nas farmácias.

Oferecer alimentos saudáveis e com alto teor nutricional para as necessidades de nossos consumidores exige uma estratégia inteligente e inovadora que vá desde o desenvolvimento de produtos, estratégia em logística, à distribuição final, nos pontos de venda.

#### **3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA**

Como parte de um processo inovador, a empresa Danone apresenta diferentes propostas digitais em seus canais B2B e B2C com o objetivo de permanecer perto de seus clientes, otimizando a produtividade e uso de seus recursos.

Em linha com a essência inovadora, a Danone, empresa líder mundial em alimentos, lançou em 2020 um plano de transformação digital para se alinhar, adaptar-se às mudanças de hábitos e atender os desejos e necessidades de seus clientes. Neste sentido, a empresa desenvolveu novos canais de vendas e logística, tanto B2B como B2C. Canais que significaram a oportunidade de alcançar novos clientes, desenvolver estratégias diferenciadas e agrupadas, e ter recursos humanos e tecnológicos mais eficientes. Desta forma, foi possível garantir 100% dos níveis de abastecimento, a eficiência dos recursos disponíveis e um extraordinário avanço no impacto da dinâmica comercial e da comunicação visando um público alvo.

Como parte do processo da B2B, foi lançada a Tienda La Serenísima, seu canal digital de vendas para varejistas. Em 2020, a base de clientes compradores através de ferramentas digitais dobrou, o que aumentou o faturamento da empresa em 1,6% e em menos de um ano alcançou mais de 15% do mercado argentino.

Em termos de Canais B2C, “La Serenísima va a tua casa”, um portal de vendas on-line de produtos lácteos, foi lançado. Isto foi realizado rapidamente com uma estratégia robusta para que o consumidor tivesse uma experiência ágil e direta com a empresa, sob um processo contínuo de aprendizagem dos novos canais digitais, com aumento de 43% alcançados nos resultados de recompra.

A Danone continua a ouvir ativamente seus consumidores e clientes e, portanto, é capaz de projetar estratégias cada vez melhores para atingir seu público, de forma ágil e com informações relevantes.

Em março de 2022 a companhia compartilhou o plano “Renew Danone” baseado em quatro estratégias principais: restaurar a competitividade nas categorias de atuação principais, expandir de maneira seletiva, semear avenidas de crescimento futuras e rotacionar ativamente o portfólio, o que reforça que a multinacional está planejando mais séculos de atuação por vir, se mantendo não só relevante, mas também com premissas competitivas atendendo e superando as expectativas do consumidor que está cada vez mais buscando melhorias nas suas necessidades de compra.

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

A fábrica da Danone na cidade de Poços de Caldas, M.G., produz cerca de 85% de todos os produtos vendidos no Brasil. Por consequência, concentra 90% do faturamento da unidade de lácteos da empresa no país, estimado em R\$ 2 bilhões. Trata-se da segunda maior fábrica global da Danone em volume produzido, atrás apenas da unidade do México. No mundo a companhia possui 100 fábricas.

O leite é a matéria prima de todos os produtos da Danone e, por isso, boa parte de toda estratégia de controle, seleção e qualidade da empresa se concentra nele. A empresa tem regras mundiais que vão desde a escolha de fornecedores e envase até a maneira de ordenhar as vacas e fazer o desnate. Em média, do recebimento do leite ao envase leva-se em torno de 15 horas para a produção de um produto Danone.

Mais de 200 produtores de leite em um raio de 200 quilômetros da fábrica de Poços de Caldas, com exatas 58 rotas de caminhões diariamente fornecendo a matéria prima para atender a demanda necessária do dia a dia.

Antes de descarregar o caminhão, é feito um teste inicial, verificando se o leite fornecido não está contaminado ou fora da temperatura ideal, se tiver é eliminado. Os fornecedores são divididos por categorias, de acordo com a qualidade do leite fornecido, além de seguirem regras rígidas de fornecimento padronizadas mundialmente.

Logo que chegam na Danone, os caminhões formam filas para esperar a sua vez de realizar a prova de controle do leite transportado. Realizados os testes, os caminhões voltam para uma nona fila para aguardar os resultados. O leite só é descarregado para os silos industriais depois de uma bateria de provas, que vão de verificação de contaminantes como bactérias e possíveis sujeiras até níveis de resíduos antibióticos tomados por vacas.

Dos caminhões, o leite é transferido para grandes silos onde acontecerá o desnatado. O local funciona como uma grande bateadeira de altíssima velocidade onde a gordura é separada do leite cru, processo que leva cerca de duas horas.

O leite já desnatado segue por outra tubulação que o leva até um misturador. É ali que o leite encontra outros ingredientes da receita, como o pó de amido, as vitaminas e no caso do Danette, cacau.

Depois de duas horas de mistura de ingredientes, a bebida passa mais cerca de uma hora sendo hidratada. Todo o processo acontece dentro de máquinas, apenas na imagem é possível ver um líquido em uma das tubulações. Por cerca de 7 horas, o leite preparado recebe fermentos específicos, especialmente criados para cada receita dos produtos da marca Danone.

O produto é reservado por cerca de sete horas. É nesse descanso que ele ganha a viscosidade e a acidez perfeita de acordo com a receita. Do descanso, o leite segue para uma espécie de liquidificador gigante para que seja batido por uma velocidade lenta e constante. A mistura segue para a refrigeração em uma temperatura cerca de oito graus. A missão desta etapa é parar a ação do fermento para que o produto fique ácido e viscoso na medida certa.

Com o produto já pronto, em uma área de espera para envase com validade média de 40 dias e por isso não pode ser produzido em larga escala para ser estocado. Um plano semanal, com adequações diárias, é feito para que a produção aconteça no ritmo em que os pedidos são realizados pelos clientes.

O envase acontece em embalagem termoformada, seguem por uma esteira rolante que os leva para a máquina seladora, responsável pela tampa de alumínio. Todos os produtos Danone seguem por uma grande esteira para o caminho da área logística, que vai cuidar da separação em lotes e futura distribuição dos itens.

## **3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS**

A Gestão Estratégica de Custo é uma ferramenta essencial para a criação de valor e processos de economia contínua, com ela é possível analisar os processos que há agregação de valor por parte da empresa e a cadeia de produção como um todo.

Gerar custo com foco estratégico é de extrema importância, para que assim, torne os processos produtivos mais eficientes, aumentando a lucratividade do negócio.

### **3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS**

O Custo é definido como todo valor que irá agregar algo no produto final, como por exemplo, a empresa Danone, onde são utilizados os valores de sua matéria-prima, mão-de-obra, salário dos funcionários da produção, energia elétrica dos setores produtivos, entre outros, todos são considerados custos, pois são essenciais para a finalização do produto.

Os custos são classificados de diversas formas, quanto ao volume de produção os custos são classificados em fixos e variáveis.

Custos Fixos são aqueles que não têm alteração de valor, independente se a produção aumentou ou diminuiu, o valor será o mesmo. Temos como exemplo:

- Serviço de limpeza;
- Aluguéis de Equipamentos e Instalações;
- Salários da Administração.
- Segurança e Vigilância.

Já os custos variáveis, são aqueles que variam proporcionalmente de acordo com o nível de produção ou atividades, ou seja, se a produção aumenta, o custo aumenta, e se a produção diminui, o custo também diminui. Alguns exemplos de Custos Variáveis são:

- Matéria-prima;
- Transporte;

- Comissão de vendas.

### 3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS

Custos diretos são aqueles que estão diretamente relacionados à produção de um produto ou ao serviço prestado, ou seja, são os gastos que podem ser atribuídos diretamente a um determinado produto ou serviço, como por exemplo: Materiais e mão de obra utilizados na fabricação de um produto ou na prestação de um serviço específico.

Na planilha abaixo foi listado alguns custos diretos da empresa Danone:

<b>CUSTOS DIRETOS EMPRESA DANONE</b>	
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>VALOR</b>
LEITE	R\$ 50.000,00
AÇÚCAR	R\$ 40.000,00
SALÁRIOS FUNCIONÁRIOS PRODUÇÃO	R\$ 20.000,00
EMBALAGENS	R\$ 18.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 128.000,00</b>

Valores fictícios\*

É importante ressaltar que os custos diretos variam de acordo com o produto ou serviço oferecido, e que sua gestão é fundamental para a tomada de decisões assertivas e para garantir a lucratividade da empresa.

Agora os custos indiretos são aqueles que não podem ser diretamente atribuídos a um produto ou serviço específico, mas que são necessários para a operação geral da empresa, por exemplo, atividades administrativas ou de suporte não fazem parte da produção, mas são essenciais para o funcionamento da empresa.

Os custos indiretos são geralmente considerados como custos fixos, ou seja, eles não variam com o volume de produção ou vendas.

Exemplos de custos indiretos empresa Danone:

<b>CUSTOS INDIRETOS EMPRESA DANONE</b>	
DESCRIÇÃO	VALOR
SALÁRIOS FUNCIONÁRIOS ADMINISTRATIVOS	R\$ 18.000,00
MATERIAIS DE ESCRITÓRIO	R\$ 10.000,00
MANUTENÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 4.000,00
MARKETING	R\$ 8.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 40.000,00</b>

Valores fictícios\*

Portanto, todos os custos são fundamentais, eles estão em todas as partes do processo, para que assim possa chegar no produto final.

A Gestão Estratégica de Custo é essencial para identificar cada um deles e saber como os custos interferem nos resultados, analisando quais deles podem ser reduzidos.

## 3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CRIANDO O NOVO

### 3.3.1 CRIANDO O NOVO

- **Tópico 1:** Design Thinking nos estudos e na profissão

O design thinking, vem com uma inovação moderna, nos dando uma nova maneira de pensar fora da caixa, promovendo condições para a promoção da inovação e estar aberto a mudanças. Usando uma abordagem criativa para a resolução dos problemas.

Assim, o Design Thinking se coloca como uma importante ferramenta na busca por soluções inovadoras, práticas, rápidas e seguras, com maior margem de acerto. Dessa forma, o seu uso contribui com os processos de empresas que desejam atender as necessidades dos consumidores, propondo abordagens assertivas para os problemas enfrentados.

Nos estudos o Design Thinking pode potencializar a aprendizagem, uma vez que fomenta a educação criativa, um tipo de abordagem que permite aos estudantes ampliarem suas concepções sobre um determinado tópico ou assunto, desenvolverem novas formas de pensar e, ainda aprofundarem seus conhecimentos.

Sem falar que o Design Thinking pode ajudar os estudantes a encararem os desafios acadêmicos, pessoais e futuramente, profissionais, de outra forma, considerando tanto o aspecto processual e analítico quanto experimental e holístico.

No dia a dia o Design Thinking pode ser aplicado na rotina dos estudantes ao estruturar a rotina dos estudos, ao participar de grupos de estudos, ao fazer experimentos e ao criar mapas mentais.

Na profissão o Design Thinking atua nas oportunidades de inovação, buscando soluções para um bom desenvolvimento individual e coletivo além da criatividade. Desenvolvimento na comunicação, empatia e relacionamento interpessoal, além das competências técnicas e comportamentais.

- **Tópico 2:** Há mil maneiras de pensar

O mundo está em constante mudanças, e nós somos obrigados a mudar de acordo com o mundo, o avanço das tecnologias, nos torna escravos dessas mudanças, por um lado é bom, mas por outro lado essa é a incerteza do mundo.

Ainda somos humanos, racionais, capazes de nos modificar de acordo com os avanços tecnológicos, ainda somos a mão de obra mais eficaz que existe.

Os nossos pensamentos nos conduzem sempre à frente, somos conduzidos pela inteligência e pela vivência da vida.

Somos aptos a mudanças, a vida nos ensina a ser resilientes, a tomar as atitudes nos momentos certos, a resolver certos problemas e conflitos interpessoais.

Temos em nossas mãos sempre a solução, seja através de conversas ou atitudes, a tudo aquilo que enfrentamos no nosso cotidiano, sempre nos momentos certos, seja ele de falar ou de ouvir, buscando sempre sanar as necessidades que aparecem, como caso de solução. No nosso dia a dia, usamos sempre essas ferramentas para obter êxito nas nossas relações pessoais e profissionais.

- **Tópico 3:** Criando asas

Criando asas, somos capazes de pensar, pensar fora da caixa, nos abrir a mudanças e ter um pensamento formado. As soluções aparecem rapidamente diante de algum conflito, nós somos capazes de nos resolvermos diante das nossas questões. E a questão é: Pensar fora da caixa.

A dificuldade está na tendência humana em imaginar automaticamente um espaço limitado pelas bordas, é necessário inovar para chegar além dos seus pensamentos limitantes. Liberte sua mente dos estereótipos, preconceitos e modelos cognitivos tradicionais.

Ouse inovar, mudar, buscar novos objetivos, ir além, fazer acontecer, cuidar da sua mente, do seu corpo, dos seus pensamentos, trace planos e objetivos e faça valer cada um deles, isso é pensar fora da caixa. É sair para conhecer um Mundo além de você, ou se descobrir esse mundo através das suas atitudes de mudanças, sair da redoma é essencial.

- **Tópico 4:** Com vocês: O duplo diamante!

A inovação e o método Duplo Diamante estão muito interligados.

Inovação é uma ideia que, quando colocada em prática, ela agrega valor ao negócio e ainda pode ser explorada, e o duplo diamante é um processo que pode ser usado para chegar até as ideias inovadoras!

No entanto, você não precisa pensar muito no seu negócio para ser inovador. Existem diversos tipos de inovação e um que se aplica a esse contexto é a Inovação Incremental. Ela se refere a pequenas melhorias nos processos e produtos, ou seja, o desenvolvimento de melhores soluções para as necessidades dos clientes.

Entendimento: início do projeto, essa etapa funciona como uma fase de diagnóstico. Ela é usada para que os envolvidos possam compreender as condições atuais e o contexto do objeto que será impactado.

Análise e Pesquisa: esse momento é utilizado para que a equipe envolvida possa identificar o comportamento do público-alvo e as oportunidades existentes.

Cocriação: como o próprio nome indica, é a fase de cocriação entre todos os envolvidos. Trata-se, portanto, da fase da concepção das ideias finais, antes de serem prototipadas.

Experimentação: fase na qual as ideias tornam-se protótipos, sendo testadas e refinadas. Consiste no momento em que o produto ou serviço é finalizado e, finalmente, lançado no mercado.

O Duplo Diamante é considerado, hoje, uma ferramenta para ser usada em conjunto com várias outras. Isso porque, desde o seu surgimento, o campo do Design também viu várias mudanças acontecerem e outras importantes teorias serem desenvolvidas.

Os princípios desenvolvidos no nosso dia a dia:

- Empatia: entendimento empático e exploração do contexto do cidadão e dos servidores.
- Cocriação: construção “com” e não “para” a sociedade civil.
- Experimentação: teste para aprender errando de forma rápida e barata.

### **3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA**

link do vídeo: <https://youtu.be/nAHb0BpEjHg>

## 4. CONCLUSÃO

Nesse trabalho abordamos sobre a empresa Danone S/A focando na parte de logística que ela utiliza e os seus custos. Utilizamos diversas fontes para realizar o Projeto Integrado incluindo as unidades de estudos: Gestão da Cadeia de Valor e Desenvolvimento de Produtos e Gestão Estratégica de Custos.

A logística é um fator crucial para a sobrevivência e sucesso das empresas em um mercado cada vez mais competitivo. A Danone, empresa referência no segmento alimentar e de bebidas, tem investido em estratégias de logística para otimizar seus processos e se destacar no mercado. A análise da estratégia logística da empresa permite identificar os impactos desta área em todo o processo produtivo e no custo final dos produtos. A Danone, com mais de um século de experiência, tem expandido seus negócios globalmente e se adaptado às necessidades dos consumidores, oferecendo produtos saudáveis e de qualidade. A empresa é um exemplo de como a logística pode ser utilizada como um diferencial competitivo para o sucesso empresarial.

Também utilizamos o Material Interativo - Criando o Novo e a Apostila - Criando o Novo. Nossa equipe elaborou um vídeo falando a respeito do Design Thinking citando alguns de seus benefícios dentro de uma organização.

## REFERÊNCIAS

Em Abras. Disponível em:

<https://www.abras.com.br/clipping/geral/109975/danone-passa-por-reorganizacao-global-e-unifica-portfolio-para-elevar-market-share>

Acesso em: 08/04/2023

Em Danone. Disponível em:

<https://corporate.danone.com.br/>

Acesso em: 08/04/2023

JUAREZ, Cloe Desirée. Em EdairyNews. Disponível em:

<https://edairynews.com/br/danone-transformacao-digital-vendas-logistica/>

Acesso em: 08/04/2023

LEUZINGER, Bruno. Em DRAFT. Disponível em:

<https://www.projetodraft.com/a-danone-se-tornou-uma-das-maiores-empresas-do-planeta-e-quer-usar-o-tamanho-de-sua-cadeia-de-valor-para-fazer-ainda-mais-a-diferenca/>

Acesso em: 08/04/2023

PALMA, Bruna. Em CartadeLogística. Disponível em:

<https://www.cartadelogistica.com.br/danone-se-destaca-como-referencia-em-estrategias-voltadas-para-o-e-commerce/>

Acesso em: 08/04/2023

VAZ, Tatiana. Em Exame. Disponível em:

<https://exame.com/negocios/os-bastidores-da-producao-do-danoninho/>

Acesso em: 08/04/2023

## ANEXOS

Foto do centro de distribuição da Danone:



Foto de um dos caminhões da frota da Danone:



Logomarca da Danone:



Uma das Fábricas da Danone:



# RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE	
<b>RELATÓRIO:</b> Projeto Integrado e Aulas	
<b>CURSO:</b> Administração	
<b>MÓDULO:</b> Gestão da Cadeia de Valor e Gestão da Cadeia de Valor e Desenvolvimento	
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO E RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES	
<b>ESTUDANTE:</b> MARCELO SILVA GREGORIO	
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> SÉTIMO PERÍODO - ABRIL	

2. DESENVOLVIMENTO	
Foi desenvolvido nesse Projeto Integrado tudo sobre a Gestão de Cadeia de Valor (logística e custos) envolvendo a empresa Danone.	
Desafio: Não tivemos dificuldades para realizar o Projeto Integrado, visto que a Danone é uma empresa gigante com muitas informações disponíveis.	
Cronograma das Ações: Cada um se propôs a realizar uma parte do Projeto Integrado e entregar suas devidas partes na data estipulada.	
Síntese das Ações: Criamos um grupo de WhatsApp onde trocar várias informações sobre o Projeto Integrado. Não houve necessidade de se realizar uma reunião em call.	
a. Proatividade; conteúdo rico e de fácil acesso.	

b. Nenhuma		
c. Todos cooperaram e conseguimos atingir as metas.		
d. Como sugestão para as aulas, seria melhor ter mais vídeos do que textos. Muitos não têm tempo para ler conteúdos com muitos textos. Conteúdo em Vídeo ajudaria.		
<b>3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</b>		
1012020100632	Marcelo Silva Gregorio	
1012020100263	Clenilton Santos Gonçalves	
1012021100347	Cristiane Freire Gonçalves	
1012021200023	Giovanna de Cassia Francioli	
1012020100013	José Vieira De Jesus Júnior	

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> Projeto Integrado e Aulas
<b>CURSO:</b> Administração
<b>MÓDULO:</b> Gestão da Cadeia de Valor e Gestão da Cadeia de Valor e Desenvolvimento
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO E RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
<b>ESTUDANTE:</b> JOSÉ VIEIRA DE JESUS JÚNIOR
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> SÉTIMO PERÍODO - ABRIL

<b>5. DESENVOLVIMENTO</b>
Esse Projeto Integrado foi feito de acordo com o que foi pedido: Gestão de cadeia de Valor de uma Empresa real então escolhemos a Danone SA.
Desafio: Buscamos através de pesquisas e sínteses tudo o que precisávamos para a realização do nosso PI, e, assim, obtivemos êxito.
Cronograma das Ações: Em reunião com o Grupo através de app, propomos dividir o Projeto integrado por tópico, cada um ficando assim responsável por um ou dois tópicos, buscando sempre o auxílio dos demais integrantes da equipe.
Síntese das Ações: Criamos um grupo no whatsapp para facilitar a nossa comunicação, assim, conseguimos fazer comentários dos assuntos propostos.

<p>e. Aspectos positivos A execução do trabalho em equipe e a possibilidade de trazermos o conteúdo para o nosso dia a dia.</p>	
<p>f. Dificuldades encontradas Nenhuma</p>	
<p>g. Resultados atingidos Ideias e possibilidades de inovações no nosso campo de trabalho, uma maneira simples de pôr em prática.</p>	
<p>h. Sugestões / Outras observações Aprofundamento no conteúdo de maneira profissional.</p>	
<p><b>6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</b></p>	
1012020100632	Marcelo Silva Gregorio
1012020100263	Clenilton Santos Gonçalves
1012021100347	Cristiane Freire Gonçalves
1012021200023	Giovanna de Cassia Francioli
1012020100013	José Vieira De Jesus Júnior

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> Projeto Integrado e Aulas
<b>CURSO:</b> Administração
<b>MÓDULO:</b> Gestão da Cadeia de Valor e Desenvolvimento / Gestão estratégica de custos
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO E RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
<b>ESTUDANTE:</b> CRISTIANE FREIRE GONÇALVES
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> SÉTIMO PERÍODO - ABRIL

<b>8. DESENVOLVIMENTO</b>
O Projeto Integrado foi desenvolvido de acordo com as matérias de estudo no trimestre Gestão de Cadeia de Valor de uma Empresa real, escolhemos a Danone SA.
Desafio: A elaboração do projeto fez necessária uma pesquisa extensa sobre os temas e sobre a empresa.
Cronograma das Ações: Formação do grupo para elaboração do projeto, criação de canal para facilitar a comunicação, definição da empresa trabalhada, estruturação do projeto, desenvolvimento do trabalho por tópicos.

Síntese das Ações: Criamos um grupo de whatsapp para facilitar a comunicação entre os integrantes da equipe e fizemos a divisão de tema para que cada aluno desenvolvesse um tópico, sempre um contribuindo com o outro.

i. Aspectos positivos : diferentes pontos de vista são levados em consideração, o que possibilita um desenvolvimento pessoal e profissional, já que abre um leque de novas possibilidades.

j. Dificuldades encontradas : nenhuma

k. Resultados atingidos : Projeto elaborado atingindo a expectativa dos estudantes e possibilitando novas interações.

l. Sugestões / Outras observações : único projeto no semestre abordando as matérias estudadas, possibilitando uma visão maior sobre o negócio e visão mais ampla pois interligaria os temas.

## 9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012020100632	Marcelo Silva Gregorio
1012020100263	Clenilton Santos Gonçalves
1012021100347	Cristiane Freire Gonçalves
1012021200023	Giovanna de Cassia Francioli
1012020100013	José Vieira De Jesus Júnior

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> Projeto Integrado e Aulas
<b>CURSO:</b> Administração
<b>MÓDULO:</b> Gestão da Cadeia de Valor e Desenvolvimento / Gestão estratégica de custos
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO E RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
<b>ESTUDANTE:</b> CLENILTON SANTOS GONÇALVES
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> SÉTIMO PERÍODO - ABRIL

<b>11. DESENVOLVIMENTO</b>
O Projeto Integrado foi desenvolvido de acordo com as matérias de estudo no trimestre Gestão de Cadeia de Valor de uma Empresa real, escolhemos a Danone SA.
Desafio: A elaboração do projeto fez necessária uma pesquisa extensa sobre os temas e sobre a empresa, visto que pesquisamos uma empresa que mantém uma busca constante por inovação.
Cronograma das Ações: Formação do grupo para elaboração do projeto, criação de canal para facilitar a comunicação, definição da empresa trabalhada, estruturação do projeto, desenvolvimento do trabalho por tópicos.
Síntese das Ações: Criamos um grupo de whatsapp para facilitar a comunicação entre os integrantes da equipe e fizemos a divisão de tema para que cada aluno desenvolvesse um tópico, sempre um contribuindo com o outro.
m. Aspectos positivos: A busca de informações que cada vez mais nos coloca perto da realidade, do dia-a-dia, das dificuldades e conquistas das empresas.
n. Dificuldades encontradas: Nenhuma

o. Resultados atingidos: Ideias e possibilidades de inovações no nosso campo de trabalho, a busca constante pelo trabalho em equipe e desenvolvimento profissional.

p. Sugestões / Outras observações: O material teórico escrito, na parte da leitura, é muito extenso.  
q.

## 12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012020100632	Marcelo Silva Gregorio
1012020100263	Clenilton Santos Gonçalves
1012021100347	Cristiane Freire Gonçalves
1012021200023	Giovanna de Cassia Francioli
1012020100013	José Vieira De Jesus Júnior

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

13. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
<b>RELATÓRIO:</b> Projeto Integrado e Aulas
<b>CURSO:</b> Administração
<b>MÓDULO:</b> Gestão da Cadeia de Valor e Desenvolvimento / Gestão estratégica de custos
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO E RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
<b>ESTUDANTE:</b> GIOVANNA DE CASSIA FRANCIOLI
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> SÉTIMO PERÍODO - ABRIL

14. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: O projeto foi criado a partir de uma empresa real, onde escolhemos a Danone, utilizando os aprendizados das matérias desse trimestre.
Desafio: Muitas pesquisas para concluir o trabalho com êxito, utilizando todo o aprendizado que tivemos nas aulas, uma forma de colocar tudo o que aprendemos em prática.
Cronograma das Ações: Começamos por definir uma empresa e separamos quais tópicos cada um ficaria responsável.
Síntese das Ações: Em nosso grupo de whatsapp foi sempre pensado em conjunto, como a empresa escolhida e a separação dos tópicos do projeto.
r. Aspectos positivos: Colocar em prática nosso aprendizado, pensar como uma equipe, maior entendimento das matérias.

s. Dificuldades encontradas: Não encontrar todas as informações da empresa, como exemplo valores.

t. Resultados atingidos: Maior aprendizado, um ótimo trabalho em equipe.

u. Sugestões / Outras observações: Melhoria na plataforma, não é todas as coisas que consegue acessar pelo celular.

### 15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012020100632	Marcelo Silva Gregorio
1012020100263	Clenilton Santos Gonçalves
1012021100347	Cristiane Freire Gonçalves
1012021200023	Giovanna de Cassia Francioli
1012020100013	José Vieira De Jesus Júnior