



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

PROJETO INTEGRADO
ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA
iFood

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

iFood

MÓDULO GESTÃO DA CADEIA DE VALOR

GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE
PRODUTOS – PROF^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO

GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS – PROF^a RENATA
ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES

ESTUDANTES:

FABRÍCIO SCALON DE LUCCA, RA
1012020100284

THAÍS FERREIRA DALCIN, RA
1012022100466

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MARÇO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS	5
3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA	5
3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA	6
3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	7
3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS	7
3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS	8
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CRIANDO O NOVO	9
3.3.1 CRIANDO O NOVO	9
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	11
4. CONCLUSÃO	12
REFERÊNCIAS	13
ANEXOS	14

1. INTRODUÇÃO

Nesse projeto demonstraremos com base na empresa iFood como funciona a análise de valor, logística e gestão estratégica de custo.

Abordaremos o funcionamento dos processos de diagnóstico e qual é a necessidade de treinamento e desenvolvimento dentro de uma empresa.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

iFood é uma empresa de serviço de Delivery online, onde o cliente pode fazer pedido de uma refeição ou do que está disponível nas lojas pelo Smartphone e aguardar o pedido no seu endereço atual.

A função da empresa é causar conforto para o cliente, onde ele não precisa se locomover para ter o que precisa, simplesmente fazer o pedido e aguardar até chegar, com entregas rápidas e preços justos.

Razão Social: IFOOD.COM AGENCIA DE RESTAURANTES ONLINE S.A.

CNPJ: 14.380.200/0001-21

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

iFood sendo a maior empresa de Delivery, tem como objetivo facilitar tanto a vida do consumidor quanto a do empreendedor.

Seu foco real é trazer conforto para ambos, no caso do empreendedor trabalhar com o iFood traz mais facilidades para seu cliente em adquirir seus produtos, obtendo mais possibilidades de venda e mais clientela.

Já para o consumidor, traz praticidade e rapidez em adquirir o produto desejado.

Para a empresa iFood, a satisfação e o engajamento do cliente são suas principais medidas de sucesso, tanto particular para sua empresa, quanto para empresas que usam o aplicativo como forma de anunciar seus produtos.

3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA

O iFood prioriza as entregas de um produto que pode se parecer simples mas há contratempos que podem ser barreiras no cumprimento da atividade.

Por conta disso a empresa preza por oferecer mais comodidade a seus clientes, além de abranger a área de cobertura para a logística do delivery ser bem estruturada, dentro disso existe o estoque de alimentos, as embalagens que precisam ser seguras e sustentáveis que vão ser usadas e os parceiros que auxiliaram nessa demanda.

Tendo em vista a facilitar a operação logística, o iFood tem uma solução chamada Entrega Fácil, que disponibiliza a rede de pessoas entregadoras para o

transporte de pedidos realizados por diversos meios, como redes sociais ou WhatsApp, e não só pelo aplicativo.

A logística integrada é um termo que ganhou bastante popularidade no mercado, isso porque ela representa uma forma de se destacar no setor, proporcionando maior eficiência e competitividade às empresas.

No contexto de hoje, a tecnologia é um componente crucial na integração entre logística e cadeia de suprimentos, ela possibilita ferramentas para aplicar esse conhecimento na prática diária de um estabelecimento alimentício.

A logística integrada foi desenvolvida com foco no cliente, isso significa que os processos, softwares e capital humano empregados devem ter por objetivo final a máxima satisfação do consumidor.

Portanto, é uma abordagem não mais centrada no negócio, mas sim em quem compra dele, sendo pessoa física ou jurídica! Deste modo o iFood adere a ideia da logística integrada e entrega fácil dando ênfase em agilidade de processos, vantagem competitiva e maior lucratividade.

3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA

Na empresa ifood sua logística é bem simples pois mantendo o aplicativo em ordem e funcional, eles não tem problema com seus clientes e nem com a entrega do melhor produto.

Como o produto é um aplicativo, a empresa não tem problemas com localização e nem se preocupa com estoque pois os produtos que serão vendidos são de seus clientes que colocaram lojas no aplicativo.

Seu foco tem como prioridade as entregas rápidas, ou seja, eles utilizam seu método Entrega Fácil, onde possibilita às pessoas que prestam serviço como entregadores, realizar a entrega de forma organizada e muito mais rápida.

3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

Sobre a estratégia de custo, o iFood coloca o cliente ou usuário como centro do negócio, assim fez a empresa saltar de 1,5 milhões de pedidos em 2015 para 150 milhões, de junho de 2019 até março de 2021

De acordo com matéria da Veja, desde dezembro de 2020, a empresa aposta no segmento de ultra conveniência e já conta com mais de 4.500 parceiros em mais de 300 cidades operando nesta modalidade de entrega em até 10 minutos.

Ou seja, o foco em trazer uma experiência mais otimizada para clientes que desejam cada vez mais um atendimento ágil e personalizado.

O crescimento de 44% nos pedidos se deve a pandemia e, conseqüentemente, ao maior número de pessoas em casa utilizando o aplicativo. Além disso, só em junho do ano passado, foram realizados 18 milhões de pedidos na plataforma.

Atualmente, o aplicativo conta com mais de 212 mil restaurantes parceiros, está presente em 288 cidades do Brasil e 5.000 estabelecimentos cadastrados (entre restaurantes, mercados conveniências, pets e farmácias).

3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS

O custo fixo é aquele que não muda mesmo quando há variação na produção ou nas vendas. Já o custo variável, acompanha o aumento ou queda das atividades do negócio. Em outras palavras, se seu negócio tiver um mês de maior produção, o custo fixo se mantém e o custo variável acompanha a oscilação.

A empresa iFood tem seus custos fixos com demanda em atualização do aplicativo e propaganda da empresa, sem contar os custos do local onde fica localizada a empresa e custo de funcionários também.

Seus custos variáveis são de acordo com os problemas que a empresa enfrenta, como por exemplo um problema no aplicativo ou até mesmo em seu servidor.

3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS

O custo direto é aquele que está relacionado de forma direta ao desenvolvimento do produto final, em um restaurante, um exemplo é a matéria-prima usada, que consiste nos ingredientes adquiridos para o preparo dos pratos, também está inclusa a mão-de-obra direta usada no processo, que seria os cozinheiros e auxiliares de cozinha.

Os custos indiretos estão relacionados aos produtos e serviços, mas é preciso usar algum método de rateio para encontrar um valor aproximado para cada unidade produzida, como água e energia elétrica, compra de equipamentos, mão de obra indireta (supervisão, gestores e serviços de manutenção, impostos e seguros).

Os diferentes tipos de custos existentes exigem que sejam organizados de forma correta, o iFood sendo a empresa que é exemplo de gestão eficiente, tem esse cuidado que vai permitir que ela tenha um melhor controle sobre os gastos com a produção e manutenção.

A análise desses custos também é importante na hora de elaborar um plano de negócio, já que permite ter uma visão mais clara dos recursos da empresa

É por esse motivo que a classificação dos custos deve se transformar em uma rotina. Manter tudo registrado vai trazer mais clareza na hora de identificar a quantia mensal disponível para a manutenção do negócio e dar previsibilidade aos gastos.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CRIANDO O NOVO

A Formação para a Vida é um dos eixos do Projeto Pedagógico de Formação por Competências da UNIFEQB.

Esta parte do Projeto Integrado está diretamente relacionada com a extensão universitária, ou seja, o objetivo é que seja aplicável e que tenha real utilidade para a sociedade, de um modo geral.

3.3.1 CRIANDO O NOVO

Síntese dos 4 tópicos do tema “Criando um novo”

Tópico 1: Design Thinking nos estudos e na profissão

Design thinking é um método de desenvolvimento de ideias e soluções para problemas complexos com uma visão centrada no ser humano, focado em empatia, cooperação e experimentação, é uma maneira de pensar criativamente e colaborativamente para solucionar problemas. Sempre com foco nas pessoas e suas necessidades, e com o objetivo principal de inovar.

As cinco etapas são: 1 - Empatia e imersão, 2- Definição, análise e síntese, 3 - Ideação, 4 - Prototipação, 5- Teste e implementação

As aplicações do design thinking podem ser usadas em pequenos, médios e grandes negócios, portanto, profissionais de diversas áreas podem se beneficiar do design thinking.

O processo pode ser utilizado no desenvolvimento de políticas internas, por exemplo, de planejamento estratégico, vendas, marketing, manutenção, pós-venda etc. Ou para melhorar o relacionamento com fornecedores e investidores. A grande vantagem do design thinking é ser um processo colaborativo, que envolve todas as pessoas que serão impactadas pelo novo produto, serviço ou política.

Tópico 2: Há mil maneiras de pensar

Os nossos pensamentos nos ajudam a refletir e nos conduzem à forma como reagimos diante de conflitos e imprevistos que a vida nos apresenta diariamente.

Penso, logo existo”. A frase de Descartes mostra o quanto é vital para o ser humano o “pensar”. Viajamos sem nem mesmo sair do lugar.

Nosso pensamento idealiza, dá significado, cria juízos e faz com que tenhamos dentro de nós um universo único, onde tudo pode ser criado

Conscientemente ou inconscientemente somos todos pensantes, segundo pesquisadores nossa mente chega a fabricar entre doze mil a sessenta mil pensamentos por dia.

Tópico 3: Criando asas

Já ouvimos a expressão “ pensar fora da caixa”, normalmente ela é usada quando precisamos resolver uma questão que parece sem solução, por isso precisamos olhar de forma diferente das que já estamos habituados.

Sabemos que na mente humana existem sete padrões cerebrais ligados à criatividade, mas somente dois nos encontramos na zona de conforto, onde sentimos mais conforto em praticá-la. Os sete padrões são: conexão, razão, visão, absorção, transformação, avaliação e fluxo.

A forma de pensar influencia diretamente em como resolvemos nossos problemas no dia a dia, em tudo que iremos fazer, sabendo disso é indicado analisar a mente, para sabermos qual é nossa zona de conforto, para evitar uma estagnação cerebral.

A maneira correta e encontramos a zona de conforto em nossa mente e desconfortavelmente sair dela, solucionados os problemas de outra forma, pedindo opiniões de outras pessoas, de como eles resolveram certo problema, assim você utiliza de mais informações e se desvia do caminho automático que o cérebro levaria.

Tópico 4: Com vocês: O duplo diamante!

O diagrama do **duplo diamante** é uma maneira gráfica simples de descrever o processo de design thinking. Ele mapeia os estágios convergentes e divergentes do processo, mostrando os diferentes modos de pensamento de quem projeta o mundo de forma estratégica. Os itens do processo são: descoberta, definição, desenvolvimento e entrega.

Na etapa da Descoberta, precisa observar, pesquisar e analisar todo o projeto para definir um objetivo claro, é nesse momento que levanta dados para identificar o problema que o projeto quer solucionar.

Já na etapa da Definição, inicia o processo de interpretação mais aguçada, capaz de alinhar as necessidades do projeto com os objetivos pessoais, é nessa fase que se inicia de fato o desenvolvimento e a gestão de projeto.

A etapa de Desenvolvimento é a hora que inicia o desenvolvimento das possíveis soluções de forma sistemática, onde essas soluções devem ser testadas repetidas vezes, a fim de encontrar a melhor delas.

E por fim a etapa da Entrega significa que o diamante está praticamente pronto, e essa parte final do modelo representa a entrega, momento em que o conteúdo, produto e serviço é finalizado e lançado no meio em que é relevante.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

No link a seguir iremos ver um vídeo explicativo onde iremos analisar como a metodologia do design thinking pode auxiliar na criação, estruturação e validação de ideias, como ferramenta de apoio para inovação na logística, no seu estudo e também na profissão, e como essa metodologia, pode ser um diferencial no mercado de trabalho.

Link do video: <https://youtu.be/WqjZ8CLh8Eo>

4. CONCLUSÃO

Após concretizar o projeto integrado, temos a finalidade de transparecer todo o conhecimento adquirido durante esse módulo, exibindo assim o conhecimento obtido e apoderando-se de experiências novas para o mercado de trabalho, satisfeitos com os resultados obtidos.

A finalidade principal é apresentar a empresa iFood que é líder mundial no ramo de entrega de refeições por meio do nosso maior meio de comunicação, a internet. Sendo ela exemplo em propósitos, marketing e sustentabilidade.

O propósito de finalizar o projeto de uma forma coerente e completa para nossa equipe de professores e assistentes, assim como todos os demais leitores foi concretizado.

REFERÊNCIAS

- <https://blog-parceiros.ifood.com.br/custos/>
- <https://blog-parceiros.ifood.com.br/logistica-integrada/>
- [https://www.google.com/search?q=cnpj+da+empresa+ifood&oq=cnpj+da+empr
esa+ifood&aqs=chrome.0.0i512j69i57.5825j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=cnpj+da+empresa+ifood&oq=cnpj+da+empr
esa+ifood&aqs=chrome.0.0i512j69i57.5825j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- [https://www.google.com/search?q=informa%C3%A7oes+basicas+da+empresa+i
food&oq=informa%C3%A7oes+basicas+da+empresa+ifood&aqs=chrome..69i57j33i16
0.13361j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=informa%C3%A7oes+basicas+da+empresa+i
food&oq=informa%C3%A7oes+basicas+da+empresa+ifood&aqs=chrome..69i57j33i16
0.13361j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- [https://www.google.com/search?q=o+que+%C3%A9+ifood&oq=o+que+%C3%
A9+ifood&aqs=chrome..69i57j0i512i9.3353j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=o+que+%C3%A9+ifood&oq=o+que+%C3%
A9+ifood&aqs=chrome..69i57j0i512i9.3353j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- [https://www.google.com/search?q=Qual+mercado+a+empresa+ifood+atua&oq=
Qual+mercado+a+empresa+ifood+atua+&aqs=chrome..69i57j33i160i3.9152j0j7&sourc
eid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=Qual+mercado+a+empresa+ifood+atua&oq=
Qual+mercado+a+empresa+ifood+atua+&aqs=chrome..69i57j33i160i3.9152j0j7&sourc
eid=chrome&ie=UTF-8)
- [https://www.insper.edu.br/noticias/design-thinking-o-que-e-como-funciona-e-co
mo-estudar/?gclid=EA1aIQobChMIzvT0raH8_QIVdUBIAB3j_wNPEAAYASAAEgJ_r
vD_BwE](https://www.insper.edu.br/noticias/design-thinking-o-que-e-como-funciona-e-co
mo-estudar/?gclid=EA1aIQobChMIzvT0raH8_QIVdUBIAB3j_wNPEAAYASAAEgJ_r
vD_BwE)
- <https://www.sydle.com/br/blog/design-thinking-60ca398c7ccc1919bd821f72>

ANEXOS







RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

O Projeto Integrado faz parte da extensão Universitária. O grupo aplica os conhecimentos adquiridos em sala de aula, desenvolvendo estudos de caso aplicados em empresas reais e além disso, utilizam os temas de Formação para a Vida, para construir algo direcionado para a sociedade. Esta parte do projeto, está destinada ao relatório de autoavaliação dos integrantes do grupo. O relatório foi desenvolvido, para registrar essa atividade extensionista, que fará parte do currículo de cada estudante.

A equipe deve desenvolver um relatório com o conteúdo igual para todos os integrantes, mas, cada estudante deve replicar o conteúdo e colocar seu nome de forma individual, o nome dos integrantes deve estar no final do relatório, conforme campo disponível. Por esse motivo, estão disponíveis cinco anexos do relatório, destinados um para cada integrante do grupo.

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Autoavaliação.

CURSO: Administração.

MÓDULO: Gestão da Cadeia de Valor.

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Prof^a Elaine Cristina Paina Venâncio e Prof^a Renata Elizabeth de Alencar Marcondes.

ESTUDANTE: Thaís Ferreira Dalcin

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 47 dias.

2. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Descrevemos a empresa IFood como um exemplo de líder mundial em entregas, mostrando que uma empresa para gerar valor o principal fator é a capacidade de querer fazer dar certo.

Desafio: Não houve dificuldades, a equipe se dispôs a ajudar o outro.

Cronograma das Ações: Dividimos os tópicos do projeto em duas partes, ficando assim metade para um e a outra metade para outro, após finalizarmos ambos reveem a parte do outro, para assim complementarmos e finalizamos de um modo em que ambos entendam o contexto total do projeto.

Síntese das Ações: Encontros presenciais para fazer o projeto e pesquisas na internet em busca de conhecimento.

a. Aspectos positivos
Conhecimento teórico possibilitando a prática no mercado de trabalho.

b. Dificuldades encontradas
Poucas informações em sites sobre o conteúdo em geral, precisando fazer uma pesquisa mais a fundo da empresa.

c. Resultados atingidos
Como todos os projetos, obtemos o resultado que planejamos construindo assim uma base para o projeto e aprender com ele.

d. Sugestões / Nenhuma

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012020100284	FABRÍCIO SCALON DE LUCCA
RA: 1012022100466	THAÍS FERREIRA DALCIN
RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Autoavaliação.

CURSO: Administração.

MÓDULO: Gestão da Cadeia de Valor.

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Prof^a Elaine Cristina Paina Venâncio e Prof^a Renata Elizabeth de Alencar Marcondes.

ESTUDANTE: Fabrício Scalon de Lucca

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 47 dias.

5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Descrevemos a empresa IFood como um exemplo de líder mundial em entregas, mostrando que uma empresa para gerar valor o principal fator é a capacidade de querer fazer dar certo.

Desafio: Não houve dificuldades, a equipe se dispôs a ajudar o outro.

<p>Cronograma das Ações: Dividimos os tópicos do projeto em duas partes, ficando assim metade para um e a outra metade para outro, após finalizarmos ambos reveem a parte do outro, para assim complementarmos e finalizamos de um modo em que ambos entendam o contexto total do projeto.</p>	
<p>Síntese das Ações: Encontros presenciais para fazer o projeto e pesquisas na internet em busca de conhecimento.</p>	
<p>e. Aspectos positivos Conhecimento teórico possibilitando a prática no mercado de trabalho.</p>	
<p>f. Dificuldades encontradas Poucas informações em sites sobre o conteúdo em geral, precisando fazer uma pesquisa mais a fundo da empresa.</p>	
<p>g. Resultados atingidos Como todos os projetos, obtemos o resultado que planejamos construindo assim uma base para o projeto e aprender com ele.</p>	
<p>h. Sugestões / Nenhuma</p>	
<p>6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</p>	
RA: 1012020100284	FABRÍCIO SCALON DE LUCCA
RA: 1012022100466	THAÍS FERREIRA DALCIN
RA	NOME
RA	NOME
RA	NOME