



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

**PROJETO INTEGRADO**  
ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA  
**<COCA COLA COMPANY>**

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**  
**<COCA COLA COMPANY>**

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:

Ana Luiza Souza RA 1012023100523  
Beatriz Martins Bovolenta, RA 1012023100546  
Luciana D. Silva Castro, RA 1012021100243  
Luciana Lopes da Silva , RA 1012021100193  
Isabel Cristina Silva Zampalin, RA1012022100668  
Tarcísio Eder dos Santos, RA 1012021100239

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>5</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>6</b>
3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS	6
3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA	6
3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA	6
3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	8
3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS	8
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	9
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>11</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>12</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>13</b>

# 1. INTRODUÇÃO

Estamos iniciando mais um Projeto Integrado com o seu tema “ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA” que tem por objetivo a análise sobre a estratégia em logística de uma empresa real e seus impactos relacionados aos custos finais dos produtos. A empresa que falaremos sobre todo o processo sobre estratégia e planejamento logístico é a Coca Cola Company onde usaremos a pesquisa para adquirir os dados relevantes para o nosso projeto.

Também abordaremos os tópicos estudados em aula e os explicaremos. No final faremos uma conclusão de tudo o que foi falado neste PI.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Coca Cola Company 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.

A Coca Cola Company é uma empresa de capital aberto com sua atividade em bebidas, com o CNPJ 06.981.235/0001-98, sua fundação foi em 01 de maio de 1892 em Atlanta, Geórgia, EUA, onde também se encontra sua sede. Seu fundador foi Asa Griggs Candler, a empresa possui atualmente por volta de 700.000 colaboradores.

Além da bebida homônima *Coca-Cola*, a empresa oferece atualmente mais de 500 marcas em cerca de 200 países e serve 2,1 bilhão de doses por dia. Seus principais produtos são água, refrigerantes, chá, café, bebidas energéticas, bebidas esportivas, sucos e produtos lácteos. A empresa também produz uma série de outros refrigerantes, incluindo a Fresca, a Fanta (introduzido por volta de 1941) e o Sprite.

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.

A Coca Company é o maior produtor e distribuidor de bebidas do mundo, seguido pela Ambev. Desde de 2010 a empresa tem doado mais de 120 milhões de dólares ao financiamento de estudos científicos e a associações de luta contra a obesidade.

A Coca Cola Company vende seus produtos em mais de 200 países do mundo, inclusive nos maiores mercados consumidores de refrigerantes. O Brasil é o quarto maior consumidor de produtos Coca-Cola no mundo, ficando atrás de China, México e Estados Unidos.

### **3. PROJETO INTEGRADO**

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

A logística da coca cola no brasil começa desde o início da seleção da matéria prima no pomar do produtor geralmente pequeno e médio produtores, as frutas utilizadas pela companhia na produção de refrigerantes usa de um criterioso método onde há uma inspeção em laboratório para ver se a matéria prima não está contaminada com defensivos agrícolas, se caso constatado que há uso de produtos não permitidos; um lote inteiro pode ser descartado antes mesmo de processado. A coca cola conta com uma enorme rede de distribuidores no país e de representantes que circulam as cidades vendendo o produto com palmtops, a coca cola tem uma política que garante a entrega do produto em até 24 horas, isso devido a quantidade de distribuidores espalhados em cada cidade do país.

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

Coca-Cola é uma das maiores redes de logística do mundo, pelo porte da Coca-Cola, por exemplo, se andarmos 100 metros pra cá e 100 metros pra lá, vamos

encontrar a venda de coca cola, por isso, é importante observar a massiva distribuição da Coca-Cola.

A Coca-Cola está em 24 milhões de pontos de vendas do mundo em mais de 200 países, tudo na Coca-Cola é extremamente gigantesco. Pois o objetivo da empresa é exatamente esse: estar em todos os lugares do mundo que tenham consumidores.

Se tem uma marca internacionalizada é a Coca-Cola, 94% da população mundial conhece a marca Coca-Cola. Um exemplo tem pessoas que não tomam refrigerantes da Coca-Cola, mas tomam água da Coca-Cola e é exatamente nisso que a Coca-Cola vem pensando e vem investindo em hidrotônicos, chás, sucos, águas e em vários outros produtos.

A Coca-Cola Company é responsável pela estratégia de negócio, marca, distribuição, operação de envasamento e do processo produtivo em envasar.

Tornar-se uma companhia de bebidas completa. Esta é a direção que a The Coca-Cola Company passa a seguir com sua nova estratégia de negócios. A meta é oferecer às pessoas mais das bebidas que elas querem — incluindo opções com pouco ou nenhum açúcar, num amplo leque de categorias — em diferentes embalagens, com distribuição em mais lugares.

A companhia também está investindo mais dinheiro em marketing para aumentar o conhecimento sobre suas bebidas com pouco ou nenhum açúcar.

O principal segredo não está apenas no sabor, mas na estratégia de baixo custo.

Cada caso depende da situação da empresa e do produto. Por exemplo: a Coca-Cola sempre consegue colocar um preço premium, porém, se você está tentando concorrer com outros segmentos de sabores que tenham outro produto líder, deverão ter uma estratégia de dar alguma vantagem de preço ou encontrar outra maneira de vender sem precisar ter um preço menor.

Essas são as principais variáveis com as quais você consegue agregar valor sem ter que baixar o preço.

Principais variáveis: a primeira delas é a qualidade, a segunda é o serviço, a terceira é a publicidade.

A Coca-Cola investe em tecnologia para a produção de refrigerantes e das latas de alumínio que serão colocadas à venda. A Coca-Cola tem uma gigantesca demanda de pedidos.

Um aspecto que envolve a logística e é fundamental para a produção é a compra de frutas e ensinos. Cerca de 80% dos fornecedores no Brasil são pequenos e médios produtores.

A Coca-Cola possui uma política de controle de qualidade completamente rigorosa.

Já no processo de abastecimento da Coca-Cola foi necessário elaborar uma estratégia de logística bem eficaz e complexa, com isso a empresa conta com diversas franquias, centros de distribuição, distribuidores e outros parceiros de negócios, reduzindo custos e serviços.

São centros de distribuições e franquias que fazem os produtos chegarem até em lugares mais remotos.

Sobre os ciclos dos pedidos, a meta é fazer com que as remessas sejam entregues em no máximo 24hrs.

Seus vendedores visitam clientes e fazem seus pedidos por meio de Palmtops que são enviados imediatamente para a base de dados.

Existem duas etapas durante o processo de distribuição:

- Transporte primário : responsável pelo centro de distribuição;
- Transporte secundário: responsável pelas entregas no ponto de vendas, partidos dos Cds

A Coca-Cola conta também com a tecnologia:



- Roteirizador;
- Planejador de cargas;
- Monitoramento.

Segundo a Revista Administração (2006) os tipos de modais utilizados no Brasil ocupam 58% rodoviários, 25% ferroviários, 13% aquaviários e 4% Dutos viários e aéreos.

Existe um planejamento, investimento e controle muito rigoroso no que diz a respeito à logística da Coca-Cola, tudo feito para garantir um padrão de qualidade dos itens e também garantir que os produtos certos estejam no local adequado no menor tempo possível. Esse é o principal objetivo de qualquer operação logística. Os transportes são realizados com frotas próprias ou terceirizadas.

A Coca-Cola possui um projeto chamado “Mundo sem resíduos”, que tem objetivo de recolher 100% das embalagens e é uma interessante estratégia logística reserva, pois os consumidores podem levar as embalagens como moedas de troca e comprar só o líquido.

Seu público alvo são os jovens,

Na percepção dos consumidores de Coca-Cola destacaram-se:

- A identificação do cliente com a empresa;
- Confiança na organização;
- Recomendação para outras pessoas;
- A qualidade do produto fornecido pela organização.

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

Just in time é uma gestão estratégica conhecida pelo alinhamento com a cadeia de suprimentos “supply chain”, junto com o planejamento da produção, consiste em receber apenas a matéria prima necessária para a produção de um determinado período, reduzindo os custos de estoque e inventário.

A empresa recebe apenas a matéria-prima necessária para a produção de certo produto na quantidade e tempo certo conforme a demanda do momento, evitando compras desnecessárias ajudando a não ter um estoque muito grande de uma determinada matéria-prima.

É uma metodologia usada não apenas na parte de produção, mas também envolvendo mudanças nos setores de compras, fornecimento de materiais e controle de produção.

Como cita o site: [www.cimm.com.br](http://www.cimm.com.br)

Prazo de entrega é:

“Período de tempo necessário para executar uma atividade. Num contexto de produção e de controle de estoque, a atividade em questão é normalmente a aquisição dos materiais e/ou dos produtos de um fornecedor externo ou da própria instalação de manufatura.”

A logística é o gerenciamento do fluxo de produtos, unindo desde produção ao ponto de consumo, pois é através dela que os produtos e serviços chegam até os clientes

finais, é capaz de entregar satisfação e comodidade na hora certa, no momento ideal, e condição perfeitas aliado a um preço justo.

Sendo o transporte responsável por fazer um elo, interligando o fornecedor a empresa e o cliente final a logística também engloba áreas de manuseio e armazenagem. Sempre visando a organização, segurança e conservação de produtos.

Existem empresas de “supply chain” que fazem parte da produção de alguns produtos, especialmente produtos de promopacks as grandes empresas contratam essas empresas para fazer esse serviços economizando em ter que fazer uma reestruturação gastando com maquinário e pessoal, além de ganhar mais tempo, isso faz parte da cadeia de suprimentos.

A Coca-Cola pode ser encontrada em qualquer lugar mais remoto, devido a seu grande e inteligente sistema de logística KOF, no Brasil a Coca-Cola é representada pela FENSA, e tem outros distribuidores espalhados pelo país a fora, a Coca possui frota própria e terceirizada.

Devido ao seu grande giro a Coca consegue brigar com um produto de boa qualidade e de preço justo.

## 3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

A Gestão Estratégica de Custos (GEC) consiste em um método com o objetivo de melhorar os processos de aperfeiçoamento e criação de valor, buscando aumentar a lucratividade com alternativas para diminuir os custos de produção. Dessa forma, você será capaz de avaliar toda a sua cadeia de produção.

Para implementar a Gestão Estratégica de Custos de forma eficiente e de um modo que esteja de acordo com a sua empresa, é preciso considerar algumas informações como:

- **Custeio ABC:** É a ferramenta criada para o gerenciamento e o custeio das atividades que demandam recursos, de modo que seja possível medir, reduzir, identificar ou eliminar as atividades que não geram valor ao seu cliente.
- **Custeio de Atributos:** É a consideração de todos os atributos usados para custear os produtos ou serviços que os diferem de acordo com as necessidades e preferências dos seus clientes. Dessa forma, é possível melhorar significativamente a eficácia dos seus serviços e, assim, aumentar a lucratividade.
- **Benchmarking:** Tem o objetivo de buscar melhorias nas práticas dos serviços ou produtos. Por meio desse processo, a melhoria se dá pela identificação e avaliação comparativas entre as melhores ações utilizadas na gestão, praticadas no mercado.
- **Estimativa de Custo da Concorrência:** Para uma Gestão Estratégica de Custos efetiva, será necessário que você realize uma coleta de dados e estimativas de seus concorrentes, levando em consideração os fornecedores, os clientes e os processos em comum. Dessa maneira, é possível que você se mantenha em constante comparação.

Para manter o bom funcionamento da Gestão Estratégica de Custos, você pode acompanhar alguns indicadores para a verificação dos resultados, alguns são:

- **Rentabilidade:** Por meio da rentabilidade, você saberá se o investimento, plano, ou meta, é recomendado ou viável economicamente.
- **Capital de Giro:** Com os resultados do seu giro, é possível avaliar como está o andamento das suas vendas, das compras e principalmente dos prazos e diferenças de dias existentes entre esses itens. Com isso, você terá mais base para definir estratégias a fim de melhorar a lucratividade e a redução de custos da sua empresa.
- **Endividamento:** Fazer uma avaliação do nível de endividamento do seu negócio é essencial para a sua análise financeira e de riscos. Dessa forma, é possível conferir se a sua empresa será capaz de cumprir com as obrigações relacionadas à dívida.
- **Margem:** A margem de lucro está diretamente ligada a sua Gestão Estratégica de Custos, pois é ela quem aponta se você está lucrando ou não.

### 3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS

**Custos fixos:** são os custos que embora tenham um valor total que não se altera com a variação da quantidade de bens ou serviços produzidos. Seu valor unitário se altera de forma inversamente proporcional à alteração da quantidade produzida.

Ex: O pagamento de aluguel

**Custos Variáveis:** são os custos que em bases unitárias possuem um valor que não se altera com alterações nas quantidades produzidas, porém, cujos valores totais variam em relação direta com a variação das quantidades produzidas.

Ex: Matéria- prima

No caso da Coca Cola segue a classificação dos Custos fixos e variáveis:

Custos fixos:

- 1 Salários;
- 2 Segurança;
- 3 Limpeza e manutenção terceirizada

São valores que independem do volume de produção.

Custos Variáveis:

- 1 Embalagem (PETs);
- 2 Insumos;
- 3 Energia elétrica.

São custos que serão maiores quanto maior a quantidade produzida.

### 3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS

Um custo direto pode ser rastreado diretamente ou associado a uma unidade ou a um centro de custo. Custos diretos são aqueles que podem estar diretamente vinculados à produção de um produto ou à prestação de serviços de uma empresa.

São exemplos de custos diretos:

- Mão de obra direta;
- Materiais diretos;
- Suprimentos de manufatura.

Como os custos diretos estão diretamente ligados à fabricação de produtos, geralmente eles têm natureza variável. Ou seja, os custos acompanham as mudanças do fluxo de produção muda.

No entanto, também existem alguns custos diretos fixos. Por exemplo, se uma empresa contrata um profissional qualificado para um projeto em andamento com base em contrato, os salários pagos ao trabalhador seriam custos diretos fixos enquanto o projeto continuar.

Sendo assim, os custos diretos podem ser classificados em:

**Custos diretos variáveis:** despesas que mudam com base em quantos itens você produz ou quantos serviços você oferece.

**Custos diretos fixos:** são as despesas que permanecem iguais a cada mês.

Os custos indiretos não podem ser vinculados a uma unidade de custo específica ou a um centro de custo, mas são incorridos na produção de produtos ou na prestação de serviços.

Também chamados de despesas gerais, esses custos não podem ser rastreados diretamente para uma única unidade de produto. São exemplos de custos indiretos:

- Materiais indiretos, como embalagem e branding;
- Trabalho indireto, por exemplo, o salário de um supervisor de local;
- Despesas indiretas, como depreciação, serviços públicos, aluguel e outras.

A dificuldade em atribuir os custos indiretos acontece porque eles estão, de certa forma, relacionados à fabricação dos produtos, mas não podem ser atribuídos a unidades individuais.

Por isso, os custos indiretos são geralmente fixos por natureza. Por exemplo, o aluguel de uma fábrica será um custo indireto de produção, mas permanecerá fixo independentemente dos níveis de produção.

De maneira simples e objetiva:

- Os custos diretos são diretamente atribuíveis a uma unidade de custo ou centro de custo; e
- Os custos indiretos estão relacionados a uma unidade de custo, mas não podem ser atribuídos diretamente.

No caso da Coca Cola segue a classificação dos Custos diretos e indiretos:

### **Custos diretos**

Salários dos empregados área de produção

Estoques de matérias primas;

Água.

São custos relacionados à geração do produto final.

### **Custos indiretos**

Salários da administração

Material expediente

Despesas com malotes.

São custos que não tem ligação direta com a empresa



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

Criando novo é o tema que foi utilizado para desenvolvimento do lado criativo, entre outros, para que seja aperfeiçoado algumas ferramentas como o aperfeiçoamento do nosso processo criativo.

### **3.3.1 CRIANDO O NOVO**

Foram usados quatro ferramentas para nos ajudar nesse processo, a primeira delas foi design thinking que é usado como uma ferramenta para desenvolvimento e resolução de problemas com um seguimento mais humano, partindo do princípio de imersão onde os desenvolvedores se colocam no lugar do cliente para entender suas necessidades, e depois definir os problemas a serem solucionados, logo em seguida reunir todas as ideias para a solução do mesmo, e escolher qual a melhor resolução e planejar ela onde consiga ser visualmente visualizada e assim colocar a ideia em prática.

Com a nova era da tecnologia, quebramos diversas barreiras tanto geográficas como de informação, devido aos avanços com a internet temos uma acessibilidade a notícias, ensino e etc. E com isso devemos nos adaptar à nova realidade sem perdermos a humanidade neste sentido agregando valor aos nossos serviços.

E portanto, com toda essa ferramentas e também uma nova era tecnológica é preciso “ Pensar fora da caixa”, que é nada mais que usar nossa criatividade. Temos sete padrões cerebrais que podemos usar, eles são conexão, razão, visão, absorção, transformação, avaliação e fluxo, embora possamos usufruir de todos esses exemplos usamos apenas dois no nosso cotidiano.

Por fim para entendermos melhor como podemos desenvolver e organizar melhor nossas ideias, temos também a ferramenta do duplo diamante que é usada para desenvolvermos o design thinking que foi desenvolvido em 2005, nessa metodologia passamos pela descoberta (Imersão ao problema), depois definição (Definir o problema e iniciar o design de solução) logo após o desenvolvimento (Desenvolver as potenciais soluções) e por fim entrega (Entrega das soluções que funcionam).

### **3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA**

Numa época de profundas mudanças econômicas e sociais acontecendo de forma rápida no mundo, incentivar a criatividade e a inovação em todos os cantos parece ser uma boa alternativa! Mas não bastam ideias originais, elas precisam ser aplicáveis à realidade ou morrerão ainda no mundo da imaginação.

O design thinking é uma abordagem multidisciplinar que pode ser aplicada para solucionar problemas de todas as esferas e tipos, sendo muito favorável ao mundo complexo e ambíguo em que vivemos hoje.

No vídeo abaixo falamos um pouco sobre o design thinking e toda a sua estrutura e como ele pode auxiliar na criação, estruturação e validação de ideias, como ferramenta de apoio na inovação logística, no seu estudo e também na profissão, e como essa metodologia pode ser um diferencial no mercado de trabalho.

Segue abaixo o link do vídeo:

<https://youtu.be/uJiAjtEt9bE>

## 4. CONCLUSÃO

Diante da nossa maior dificuldade que foi conciliar o tempo disponível de todos os membros da equipe, conseguimos concluir do trabalho que a Coca Cola company foi uma empresa ótima de se trabalhar, pois é clara com as informações fornecidas, e também é uma empresa que possui uma grande oportunidade de crescimento, pois a visão é ampla e conseguem identificar perfeitamente as oportunidades de inovação.

Também gostaríamos de ressaltar, que voltado para a área de logística é uma grande inspiração, pois possui qualidade tanto no preparo quanto distribuição dos produtos.

## REFERÊNCIAS

- [https://pt.wikipedia.org/wiki/The\\_Coca-Cola\\_Company](https://pt.wikipedia.org/wiki/The_Coca-Cola_Company) - Acesso em 21/03/2023
- <https://srconsultoriafinanceira.com.br/gestao-estrategica-de-custos-saiba-o-que-e-e-com-o-aumentar-os-lucros/> - Acesso em 21/03/2023
- <https://eprconsultoria.com.br/custos-indiretos> - Acesso em 22/03/2023
- <https://bloglogistica.com.br/mercado/exemplo-de-logistica-coca-cola/> - Acesso em 21/03/2023
- <https://bloglogistica.com.br/mercado/exemplo-de-logistica-coca-cola/> Acesso em 23/03/23
- <https://www.cimm.com.br/portal/verbetes/exibir/1897-prazo-de-entrega#:~:text=Defini%C3%A7%C3%A3o%20%D%20que%20%C3%A9%20Prazo,da%20pr%C3%B3pria%20instala%C3%A7%C3%A3o%20de%20manufatura.> Acesso em 26/03/23
- <https://prezi.com/xltnuvqqvfcs/trabalho-de-logistica-coca-cola/> Acesso em 26/03/23

ANEXOS

*The Coca-Cola Company*



## **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
<b>RELATÓRIO:</b> Relatório de Autoavaliação
<b>CURSO:</b> Administração
<b>MÓDULO:</b> GESTÃO DA CADEIA DE VALOR
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> PROF <sup>a</sup> ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO e PROF <sup>a</sup> RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
<b>ESTUDANTE:</b> Luciana Damásio Silva Castro
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> Março 2023

2. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>R: Neste projeto trabalhamos com o tema ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA e analisamos a empresa COCA COLA COMPANY, e também falamos sobre o que foi aprendido em aula nos módulos GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS e GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>R: Neste projeto integrado, nossa maior dificuldade foi conciliar os horários para a realização das reuniões por meet, com todos do grupo.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>R: Utilizamos as reuniões por meet e também criamos um grupo no whatsapp, para trocar idéias, informações e sugestões. Nestas reuniões estipulamos um prazo de entrega para a parte escrita e um para o vídeo.</p>
<p>Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.</p> <p>R: Utilizamos a pesquisa via internet, e combinamos as decisões tomadas em grupo via whatsapp e meet.</p>
<p style="text-align: center;">Aspectos positivos</p> <p>R: Um dos aspectos positivos foi que a empresa escolhida para a elaboração do projeto foi de fácil acesso à informações e outro aspecto foi o enriquecimento do nosso conhecimento a respeito do tema.</p>

<p>Dificuldades encontradas</p> <p>R: A principal dificuldade encontrada foi como nós já mencionamos, foi a conciliação dos horários de todos do grupo para a realização dos meets.</p>	
<p>Resultados atingidos</p> <p>R: Os principais resultados atingidos foi a realização do projeto que apesar das dificuldades encontradas conseguimos finalizar o PI dentro do prazo.</p>	
<p>Sugestões / Outras observações</p> <p>R: Nossas sugestões são a plataforma ter mais agilidade na resolução de problemas no decorrer do projeto, ter mais agilidade em responder nossas dúvidas e também uma orientação mais objetiva.</p>	
-	
<b>3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</b>	
RA 1012021100243	NOME Luciana Damásio Silva Castro
RA 1012022100668	NOME Isabel Cristina Silva Zampalin
RA 1012021100193	NOME Luciana Lopes da Silva
RA 1012021100239	NOME Tarcísio Éder dos Santos
RA1012023100523	NOME Ana Luiza Souza



## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
<b>RELATÓRIO:</b> Relatório de Autoavaliação
<b>CURSO:</b> Administração
<b>MÓDULO:</b> GESTÃO DA CADEIA DE VALOR
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL::</b> PROF <sup>a</sup> ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO e PROF <sup>a</sup> RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
<b>ESTUDANTE:</b> Luciana Lopes da Silva
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> Março 2023

5. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>R: Neste projeto trabalhamos com o tema ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA e analisamos a empresa COCA COLA COMPANY, e também falamos sobre o que foi aprendido em aula nos módulos GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS e GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto</p> <p>R: Neste projeto integrado, nossa maior dificuldade foi conciliar os horários para a realização das reuniões por meet, com todos do grupo.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>R: Utilizamos as reuniões por meet e também criamos um grupo no whatsapp, para trocar idéias, informações e sugestões. Nestas reuniões estipulamos um prazo de entrega para a parte escrita e um para o vídeo.</p>

Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.

R: Utilizamos a pesquisa via internet, e combinamos as decisões tomadas em grupo via whatsapp e meet.

#### Aspectos positivos

R: Um dos aspectos positivos foi que a empresa escolhida para a elaboração do projeto foi de fácil acesso à informações e outro aspecto foi o enriquecimento do nosso conhecimento a respeito do tema

#### Dificuldades encontradas

R: A principal dificuldade encontrada foi como nós já mencionamos, foi a conciliação dos horários de todos do grupo para a realização dos meets.

#### Resultados atingidos

R: Os principais resultados atingidos foi a realização do projeto que apesar das dificuldades encontradas conseguimos finalizar o PI dentro do prazo.

#### Sugestões / Outras observações

R: Nossas sugestões são a plataforma ter mais agilidade na resolução de problemas no decorrer do projeto, ter mais agilidade em responder nossas dúvidas e também uma orientação mais objetiva.

## 6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012021100243	NOME Luciana Damásio Silva Castro
RA1012022100668	NOME Isabel Cristina Silva Zampalin
RA1012021100193	NOME Luciana Lopes da Silva
RA1012021100239	NOME Tarcísio Éder dos Santos
RA1012023100523	NOME Ana Luiza Souza

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> Relatório de Autoavaliação
<b>CURSO:</b> Tecnologia em Logística
<b>MÓDULO:</b> GESTÃO DA CADEIA DE VALOR
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> PROF <sup>a</sup> ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO e PROF <sup>a</sup> RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
<b>ESTUDANTE:</b> Isabel Cristina Silva Zampalin
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> Março 2023

<b>8. DESENVOLVIMENTO</b>
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>R: Neste projeto trabalhamos com o tema ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA e analisamos a empresa COCA COLA COMPANY, e também falamos sobre o que foi aprendido em aula nos módulos GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS e GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS.</p>

**Desafio:** De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.

**R:** Neste projeto integrado, nossa maior dificuldade foi conciliar os horários para a realização das reuniões por meet, com todos do grupo.

**Cronograma das Ações:** Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.

**R:** Utilizamos as reuniões por meet e também criamos um grupo no whatsapp, para trocar idéias, informações e sugestões. Nestas reuniões estipulamos um prazo de entrega para a parte escrita e um para o vídeo.

**Síntese das Ações:** Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.

**R:** Utilizamos a pesquisa via internet, e combinamos as decisões tomadas em grupo via whatsapp e meet.

#### Aspectos positivos

**R:** Um dos aspectos positivos foi que a empresa escolhida para a elaboração do projeto foi de fácil acesso à informações e outro aspecto foi o enriquecimento do nosso conhecimento a respeito do tema

#### Dificuldades encontradas

**R:** A principal dificuldade encontrada foi como nós já mencionamos, foi a conciliação dos horários de todos do grupo para a realização dos meets

#### Resultados atingidos

**R:** Os principais resultados atingidos foi a realização do projeto que apesar das dificuldades encontradas conseguimos finalizar o PI dentro do prazo.

#### Sugestões / Outras observações

**R:** Nossas sugestões são a plataforma ter mais agilidade na resolução de problemas no decorrer do projeto, ter mais agilidade em responder nossas dúvidas e também uma orientação mais objetiva.

### 9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012021100243	NOME Luciana Damásio Silva Castro
RA1012022100668	NOME Isabel Cristina Silva Zampalin
RA1012021100193	NOME Luciana Lopes da Silva
RA1012021100239	NOME Tarcísio Éder dos Santos

RA1012023100523	NOME Ana Luiza Souza
-----------------	----------------------

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10.IDENTIDADE DA ATIVIDADE
<b>RELATÓRIO:</b> Relatório de Autoavaliação
<b>CURSO:</b> Administração
<b>MÓDULO:</b> GESTÃO DA CADEIA DE VALOR
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> PROF <sup>a</sup> ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO e PROF <sup>a</sup> RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
<b>ESTUDANTE:</b> Tarcísio Éder dos Santos
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> Março 2023

## 11. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe

R: Neste projeto trabalhamos com o tema ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA e analisamos a empresa COCA COLA COMPANY, e também falamos sobre o que foi aprendido em aula nos módulos GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS e GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS.

Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.

R: Neste projeto integrado, nossa maior dificuldade foi conciliar os horários para a realização das reuniões por meet, com todos do grupo.

Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.

R: Utilizamos as reuniões por meet e também criamos um grupo no whatsapp, para trocar idéias, informações e sugestões. Nestas reuniões estipulamos um prazo de entrega para a parte escrita e um para o vídeo.

Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.

R: Utilizamos a pesquisa via internet, e combinamos as decisões tomadas em grupo via whatsapp e meet.

### Aspectos positivos

R: Um dos aspectos positivos foi que a empresa escolhida para a elaboração do projeto foi de fácil acesso à informações e outro aspecto foi o enriquecimento do nosso conhecimento a respeito do tema.

### Dificuldades encontradas

R: A principal dificuldade encontrada foi como nós já mencionamos, foi a conciliação dos horários de todos do grupo para a realização dos meets.

### Resultados atingidos

R: Os principais resultados atingidos foi a realização do projeto que apesar das dificuldades encontradas conseguimos finalizar o PI dentro do prazo.

## Sugestões / Outras observações

R: Nossas sugestões são a plataforma ter mais agilidade na resolução de problemas no decorrer do projeto, ter mais agilidade em responder nossas dúvidas e também uma orientação mais objetiva.

**12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO**

RA 1012021100243	NOME Luciana Damásio Silva Castro
RA1012022100668	NOME Isabel Cristina silva Zampalin
RA1012021100193	NOME Luciana Lopes da Silva
RA1012021100239	NOME Tarcísio Éder dos Santos
RA1012023100523	NOME Ana Luiza souza

## RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

<b>13. IDENTIDADE DA ATIVIDADE</b>
<b>RELATÓRIO:</b> Relatório de Autoavaliação
<b>CURSO:</b> Administração
<b>MÓDULO:</b> Gestão da Cadeia de Valor e Desenvolvimento de Produtos e Gestão Estratégica de Custos
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL:</b> PROF <sup>a</sup> ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO e PROF <sup>a</sup> RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
<b>ESTUDANTE:</b> “E” Ana Luiza Souza
<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO:</b> Março

<b>14. DESENVOLVIMENTO</b>
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>R: Neste projeto trabalhamos com o tema ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA e analisamos a empresa COCA COLA COMPANY, e também falamos sobre o que foi aprendido em aula nos módulos GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS e GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>R: Neste projeto integrado, nossa maior dificuldade foi conciliar os horários para a realização das reuniões por meet, com todos do grupo.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>R: Utilizamos as reuniões por meet e também criamos um grupo no whatsapp, para trocar idéias, informações e sugestões. Nestas reuniões estipulamos um prazo de entrega para a parte escrita e um para o vídeo.</p>
<p>Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.</p> <p>R: Utilizamos a pesquisa via internet, e combinamos as decisões tomadas em grupo via whatsapp e meet.</p>



Aspectos positivos R: Um dos aspectos positivos foi que a empresa escolhida para a elaboração do projeto foi de fácil acesso à informações e outro aspecto foi o enriquecimento do nosso conhecimento a respeito do tema.	
Dificuldades encontradas R: A principal dificuldade encontrada foi como nós já mencionamos, foi a conciliação dos horários de todos do grupo para a realização dos meets.	
Resultados atingidos R: Os principais resultados atingidos foi a realização do projeto que apesar das dificuldades encontradas conseguimos finalizar o PI dentro do prazo.	
Sugestões / Outras observações R: Nossas sugestões são a plataforma ter mais agilidade na resolução de problemas no decorrer do projeto, ter mais agilidade em responder nossas dúvidas e também uma orientação mais objetiva.	
<b>15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</b>	
RA 1012021100243	NOME Luciana Damásio Silva Castro
RA1012022100668	NOME Isabel Cristina Silva Zampalin
RA1012021100193	NOME Luciana Lopes da Silva
RA1012021100239	NOME Tarcísio Éder dos Santos
RA1012023100523	NOME Ana Luiza souza