



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

PROJETO INTEGRADO
ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA
NESTLÉ BRASIL LTDA

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
NESTLÉ BRASIL LTDA

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:

Ana Heloísa M. De Assis Nogueira, RA 1012021100010

Ézio Martins , RA 1012019100190

Natalha Fátima Lima Silva , RA 1012021100190

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.....	6
3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA.....	9
3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS.....	12
3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS.....	14
3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS.....	15
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CRIANDO O NOVO.....	17
3.3.1 CRIANDO O NOVO.....	17
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA.....	23
4. CONCLUSÃO.....	24
REFERÊNCIAS.....	25
ANEXOS.....	26
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO.....	27

1. INTRODUÇÃO

Neste Projeto Integrado (PI) iremos abordar alguns temas relacionados à gestão da cadeia de valor e desenvolvimento de produtos, onde a cadeia de produto é muito utilizada para fazer o mapeamento de quaisquer vantagens competitiva da corporação e com o objetivo de permitir a atuação da organização para que possa alinhar suas estratégias e seu processos produtivos.

Já na estratégia de logística, tem como foco toda a movimentação do produto acabado, desde o fabricante até o consumidor final. O posicionamento logístico é muito importante onde irá abranger todo o dimensionamento da rede de instalação, localização dos estoques e a definição da política de transporte mais adequada.

O PDC- Planejamento e Controle da Produção, tem como objetivo principal alinhar as capacidades produtivas com a demanda dos clientes para que possa reduzir a sobrecargas. O PDC com a implantação correta na empresa, ela ganha mais agilidade e flexibilidade nas respostas do mercado, organização do fluxo de materiais e informação, além da execução mais eficiente e eficaz em todo o processo produtivo.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Neste presente Projeto Integrado escolhemos a empresa Nestlé que tem como razão social Nestlé Brasil Ltda e portadora do CNPJ 60.409.075/0001-52, sua matriz localizada na cidade Vevey na Suíça,. Hoje a empresa tem suas unidades industriais localizadas nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Goiás, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Espírito Santo.

Uma empresa transnacional do setor de alimentos e bebidas, os produtos da Nestlé incluem alimentos para bebês, águas engarrafadas, cereais, sorvetes, comidas rápidas congeladas e até mesmo produtos para os animais.

Para dar sempre um retorno às mais variadas demandas do consumidor local, o plano da Nestlé Brasil consistiu em investimentos em várias frentes. Uma delas é o foco na inovação. Hoje, o Centro de Desenvolvimento de Produtos trabalha em 92 projetos. A cada dia, praticamente, nasce um projeto novo; sempre com o objetivo de compreender e antecipar tendências de nutrição e buscar produtos que atendam às necessidades de hoje e de gerações futuras.

A história da empresa começou no ano de 1866, na cidade de Vevey localizada na Suíça, em 1875 esta grande empresa chegou no Brasil fazendo muito sucesso com seu famoso produto Leite Moça, a partir disso ele foi usado para milhares de receitas brasileiras e um grande aliado da gastronomia Brasileira.

Em 1940 foi marcado por muita inovação e um marketing eficiente que resultou um aumento considerável nas vendas de todos os produtos Nestlé. A empresa sempre prezou pela qualidade dos produtos e feedback dos consumidores, em base nisso em 1942 foi criado o SAC da empresa, para assim ter um contato direto com o cliente.

Por volta de 1946, ocorreu a inauguração da segunda fábrica em Araraquara no estado de São Paulo. A produção aumentava cada vez mais por conta da qualidade e procura dos consumidores.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

A cadeia de valor é usada para coordenar processo e mapear quais as vantagens competitivas da corporação. Essa ferramenta foi criada em 1985, por Michael Porter, um dos principais professores da Harvard Business School.

Sua principal função é transparecer as atividades que a corporação elabora para gerar ao público, e estabelecer quais os elos entre a empresa e sua audiência. Ao fortalecer as ligações, é possível desenvolver vantagens competitivas para a instituição, contribuindo para o crescimento da empresa. Uma das principais vantagens da cadeia de valor é que ela pode ser incluída em qualquer empresa para melhores resultados.

A cadeia de valor tem por objetivo permitir que a empresa compreenda a atuação da organização e saiba como alinhar seus processos produtivos e estratégicos. Ao adotar essas mudanças, a empresa contribui no intuito de desenvolver uma proposta de valor para os clientes e consegue otimizar sua análise SWOT. Os pontos fortes identificados por meio desta metodologia podem ser explorados nas estratégias de marketing digital do negócio.

O levantamento das atividades na cadeia de valor da empresa tem como forma de gerar informações gerenciais necessárias à identificação e manutenção de vantagens competitivas em relação aos concorrentes, tem sido reconhecido como um fator chave para a gestão estratégica de custos.

Cada empresa conta com uma proposta de valor, ou seja, vantagens exclusivas quanto aos produtos e serviços prestados. Isso é percebido pelo cliente por meio da criação de soluções inovadoras, atendimento eficiente e desenvolvimento de produtos ou serviços capazes de atender à dor do público.

Ao aplicar esse conceito na sua organização, você obtém uma visão ampla e sistêmica das atividades exercidas no cotidiano. Assim, pode identificar pontos equivocados e trabalhar para otimizá-los, e oferecer o melhor para seus consumidores.

Este conceito vai além de um mapeamento de processos, afinal, ela reflete o funcionamento da empresa de uma maneira mais abrangente. Além de mostrar os processos primários, revela o que os apoiam. A organização da empresa Nestlé também é norteada pela a gestão de cadeia de valores que se tornam eficiência e qualidade e sempre produzindo produtos com diferencial daqueles que já existem.

3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA

Trata-se de uma peça-chave da cadeia de suprimentos. A operação logística tem como foco a gestão de toda a movimentação da empresa da matéria-prima ao produto acabado, desde o fabricante até o consumidor final.

É, portanto, uma operação longa e rica em processos, pois olha para toda a atividade desempenhada pela empresa.

A operação logística pode ser controlada internamente ou por operadores logísticos terceirizados. Para colocá-la em prática, é preciso planejamento e controle de todo o fluxo de materiais, serviços e informações. Por isso, podemos considerar 4 pilares em todo esse processo. A saber:

1. Abastecimento;
2. Armazenagem;
3. Transporte e distribuição;
4. Controle de estoque.

O posicionamento logístico refere-se ao conjunto de três decisões integradas ao longo do tempo, que além de apoiar a execução e operacionalização de uma determinada política de atendimento ao cliente, pode fornecer subsídios relevantes para a elaboração ou reformulação da mesma, dado que se objetiva minimizar os custos logísticos totais para um determinado nível de serviço.

O posicionamento logístico abrange as decisões de dimensionamento da rede de instalações, localização dos estoques nesta rede e definição da política de transporte mais adequada. O dimensionamento da rede envolve a determinação do número de armazéns, sua localização e sua missão, ou seja, as regiões de mercado que devem ser atendidas por cada armazém. A localização dos estoques diz respeito ao seu grau de centralização na rede, ou seja, às quantidades de produto que devem ser mantidas em cada instalação.

Finalmente, a definição da política de transporte envolve, para um determinado grau de centralização, a escolha do modal de transporte mais adequado e dos procedimentos para consolidação de cargas.

Figura 1: Política de Atendimento aos Clientes e as Decisões de Posicionamento Logístico.



Fonte: Especialista em Logística e Supply Chain (Adaptado), 2023

A distribuição de produtos Nestlé pelo Brasil envolve muita estratégia e tecnologia. Conheça este processo que começa na fabricação e termina nos pontos de venda.

Figura 2: Cadeia de Logística.



Fonte: Nestlé- Faz bem, 2023.

3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA

O Planejamento e Controle da Produção (PCP) tem como objetivo principal alinhar a capacidade produtiva com a demanda dos clientes para reduzir sobrecargas, ociosidades, e conseqüentemente, custos da operação. O PCP é o coração da indústria, pois nada se produz e nada se compra sem o PCP liberar ordens. Com a implantação correta do PCP a empresa ganha em agilidade e flexibilidade nas respostas ao mercado, organização do fluxo de materiais e informação, além da execução eficiente dos processos produtivos e de suprimentos, maior controle e monitoramento do que foi previsto comparativamente ao que está sendo realizados, dentre outros pontos importantes para uma gestão eficaz e eficiente da organização empresarial como um todo. Planejamento e controle da capacidade produtiva são dois processos essenciais na gestão da produção de uma empresa.

Planejamento de capacidade: envolve a análise da capacidade produtiva atual e futura da empresa, levando em consideração fatores como a demanda de mercado, a disponibilidade de recursos, a tecnologia utilizada, entre outros. Com base nessas informações, é possível determinar a capacidade de produção necessária para atender às demandas do mercado.

Controle da capacidade produtiva: é o processo de monitorar e ajustar a produção para garantir que ela esteja dentro da capacidade produtiva. Isso envolve uma identificação de gargalos na produção, ajuste de processos, otimização do uso de recursos e outras medidas para garantir que a empresa possa atender à demanda do mercado sem comprometer a qualidade ou a eficiência.

Para garantir uma gestão eficiente da capacidade produtiva, é fundamental contar com ferramentas adaptadas de gestão, como sistemas de planejamento de recursos empresariais (ERP), sistemas de gestão da cadeia de suprimentos (SCM) e sistemas de gestão da produção (MPS). Essas ferramentas permitem uma visão integrada da produção e dos processos, permitindo uma gestão mais eficiente da capacidade produtiva da empresa. O planejamento e controle da capacidade produtiva envolve

diversas questões que devem ser consideradas para garantir a eficiência e rentabilidade da produção. Algumas das principais questões incluem: O tempo e custos de produção, Quantidade de defeitos, Prazos de entrega, Monitoramento do processo produtivo, para garantir a satisfação do cliente e a competitividade da empresa.

Tempo e custos de produção: O tempo e custos de produção são fundamentais para o planejamento e controle da capacidade produtiva. É importante estabelecer o tempo necessário para produzir um determinado produto ou serviço e identificar os clientes envolvidos nesse processo, como matéria-prima, mão de obra e manutenção de equipamentos. Com base nesses dados, é possível definir um plano de produção que leve em conta os recursos disponíveis e a demanda prevista.

Quantidade de defeitos: A quantidade de defeitos é um fator crítico para a qualidade da produção. É importante monitorar os indicadores de qualidade e identificar as causas dos defeitos para implementar ações corretivas que evitem a repetição de erros e custos desnecessários.

Prazos de entrega: O prazo de entrega é um aspecto fundamental para a satisfação do cliente e para a competitividade da empresa. O planejamento da capacidade produtiva deve levar em conta os prazos de entrega e estabelecer um cronograma que permita atender às demandas dos clientes dentro do prazo estabelecido. Isso envolve uma gestão eficiente dos recursos produtivos e avaliação da capacidade de produção disponível para atender às demandas.

Monitoramento do processo produtivo: O monitoramento do processo produtivo é fundamental para garantir que a produção esteja ocorrendo conforme o planejado e para identificar possíveis desvios. É importante monitorar os indicadores de desempenho, como o tempo de produção, o custo de produção e a qualidade do produto, e adotar medidas corretivas caso necessário. Isso ajuda a garantir a eficiência e qualidade da produção e reduzir os custos relacionados ao retrabalho.

ARMAZÉNS

A localização dos armazéns e o tempo de transporte podem afetar diversos aspectos da cadeia de suprimentos, incluindo o nível de serviço, a demanda, a quantidade produzida, a satisfação do cliente e o custo unitário dos produtos. A localização dos armazéns é fundamental para garantir a proximidade entre a produção e os centros de distribuição, bem como entre os centros de distribuição e os clientes. Uma boa localização pode reduzir o tempo de transporte e os custos logísticos, aumentando a eficiência da cadeia de suprimentos. Além disso, uma localização estratégica dos armazéns pode facilitar a gestão do estoque, minimizando os custos de armazenamento e os riscos de ruptura de estoque.

Estratégica de armazenagem: se a empresa adotar uma estratégia de armazenagem eficiente, com a localização dos armazéns e o dimensionamento adequado de estoques, é possível aumentar a capacidade produtiva e reduzir os custos de produção, uma vez que o fluxo de materiais é otimizado e a ruptura de estoque é minimizado.

TRANSPORTES

O tempo de transporte pode afetar diretamente o nível de serviço oferecido ao cliente. Um transporte rápido e eficiente pode aumentar a satisfação do cliente e, conseqüentemente, a demanda por produtos ou serviços oferecidos. Por outro lado, um tempo de transporte longo pode aumentar o custo logístico e reduzir a eficiência da cadeia de suprimentos, impactando a movimentação do custo unitário dos produtos. Portanto, é essencial que as empresas considerem cuidadosamente a localização dos armazéns e o tempo de transporte ao planejar e controlar sua capacidade produtiva. Ao fazer isso, elas podem garantir a eficiência da cadeia de suprimentos, aumentar o nível de serviço oferecido ao cliente, aumentar a demanda por produtos ou serviços, melhorar a satisfação do cliente e, conseqüentemente, reduzir o custo unitário dos produtos.

Estratégia de transporte: adotar uma estratégia de transporte eficiente, com rotas bem automatizadas, veículos instruídos e parceiros logísticos controlados, é possível reduzir o tempo de transporte e os custos logísticos, o que pode aumentar a capacidade produtiva e reduzir os custos de produção. Uma estratégia de transporte eficiente pode garantir que as matérias-primas, os insumos e os produtos finais sejam entregues no tempo e no local correto, evitando atrasos e cortes na produção. Dessa forma, é importante que a empresa avalie constantemente o tempo de transporte e adote estratégias para reduzi-lo, como o uso de rotas mais eficientes, parcerias com transportadoras que buscam investimentos em tecnologia de transporte.

3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

A gestão estratégica de custos 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. Desta forma é possível avaliar a sua cadeia de produção. É um processo indispensável para ter estabilidade em uma empresa, obtendo isso em prática

O controle das despesas em uma empresa permite monitorar a evolução dos gastos, além de ajudar a controlar o orçamento previamente definido. Quando é cuidadosamente realizado, consegue alavancar a eficiência dos processos e da tomada de decisões, consequentemente melhorando os resultados gerais.

Entretanto, este modelo de gestão tenta elaborar estimativas sobre qual será o possível cenário futuro da empresa, considerando curto, médio e longo prazos. Para isso, toma com base todas as variáveis que compõem o ambiente organizacional. Por esta razão é necessário entender que existem os custos de produção, os custos de produção, os custos administrativos e os de manutenção, entre outros, sendo eles os fixos e variáveis. Essas são possibilidades simples para incluir na gestão de custos de uma empresa.

Operando a gestão estratégica de custos corretamente reflete na elaboração de preço de venda, levando a empresa a entender qual é o real valor agregado das suas

soluções. Como vantagem a empresa consegue ter uma rotina de vendas mais ágil e eficiente.

Segue abaixo alguns conceitos para operar uma Gestão Estratégica de Custos:

o Gasto: é a necessidade financeira com que a empresa arca para a obtenção de um produto ou serviço, sendo representado por entrega ou promessa de entrega de ativos;

o Investimento: gastos ativados em função de benefícios em momento futuro da empresa.

o Custo: é o gasto relativo ao bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços;

o Despesa: é o bem ou serviço consumido direta ou indiretamente para a obtenção de receitas;

o Desembolso: é o pagamento resultante da aquisição do bem ou serviço;

o Perda: é o bem ou serviço consumido de forma anormal e involuntária.

Os aspectos necessários para realizar um eficiente são a mobilização do setor contábil e financeiro, que pode apoiar todo o processo, e o conhecimento.

Em linhas gerais, há quatro tipos mais comuns:

1. Custos fixos: permanecem invariáveis em função do volume produtivo
2. Custos variáveis: dependem do volume de produção ou da prestação de serviço
3. Custos diretos: aqueles que podem ser identificados facilmente no produto (mão de obra, materiais, insumos etc.)
4. Custos indiretos: não podem ser apreendidos diretamente nos produtos ou serviços, são adjacentes

Ter controle aprofundado sobre a evolução dos custos auxilia na sobrevivência da empresa, permitindo conhecer melhor a sua saúde e evitar situações de risco.

3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS

Os custos podem ser classificados de diversas maneiras, de acordo com sua finalidade. Quanto ao volume de produção, os custos são classificados em fixos e variáveis. Esta classificação é muito utilizada para o cálculo do sistema de custos variável.

Despesas e Custos Fixos

Despesas ou Custos fixos são aqueles que não sofrem alteração de valor em caso de aumento ou diminuição da produção. Independem, portanto, do nível de atividade, conhecidos também como custo de estrutura.

Exemplos:

- Limpeza e Conservação;
- Aluguéis de Equipamentos e Instalações;
- Salários da Administração;
- Segurança e Vigilância.

Possíveis variações na produção não irão afetar os gastos acima, que já estão com seus valores fixados. Por isso chamamos de custos fixos.

Despesas e Custos Variáveis

Classificamos como custos ou despesas variáveis aqueles que variam proporcionalmente de acordo com o nível de produção ou atividades. Seus valores dependem diretamente do volume produzido ou volume de vendas efetivado num determinado período.

Exemplos:

- Matérias- Primas;
- Comissões de Vendas;

- Insumos produtivos (Água e Energia).

No sistema de custo variável o custo final do produto (ou serviço) será a soma do custo variável, dividido pela produção correspondente, sendo os custos fixos considerados diretamente no resultado do exercício. Neste sistema a geração de riqueza está na venda e não na produção.

Vale lembrar que este sistema de custos não é permitido pela legislação fiscal, e serve somente para fins gerenciais. O custo de absorção é o utilizado legalmente conforme o Decreto 3.000/99. Neste método todos os gastos relativos ao esforço de fabricação são distribuídos para todos os produtos feitos, pouco importando se estes são fixos ou variáveis. Desta forma os produtos acabam absorvendo os custos, o que gerou o nome deste método (custo por absorção).

3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS

Os custos indiretos são os que sobram após os custos diretos terem sido computados, os materiais e suprimentos necessários para as operações do dia a dia da empresa são exemplos de custos indiretos. Estes incluem itens como material de limpeza, utilitários, aluguel de equipamentos de escritório, computadores de mesa e telefones celulares.

Custos indiretos fixos incluem coisas como o aluguel pago pelo prédio em que a empresa opera. Já as variáveis incluem os custos em constante mudança da eletricidade e do gás.

Segue abaixo alguns exemplos dos custos indiretos da empresa Nestlé:

- Depreciação das máquinas e ferramentas industriais;
- Energia elétrica consumida pela fábrica;
- Mão de obra indireta (demais funcionários da fábrica);

O custo direto é aquele determinado necessariamente pela produção, como com a compra de matéria-prima. Trata-se de um valor fácil de determinar, sem a necessidade de muitos cálculos. Por exemplo, são custos diretos a matéria-prima e os gastos com mão de obra direta.

São aqueles ligados diretamente na produção de bens e serviços. Ou seja, podem ser definidos de forma precisa quando usados na produção de mercadorias. Isso inclui todos os itens de despesas de materiais e aqueles que estão relacionados ao produto. Por exemplo, matéria prima, mão de obra (no caso de industrialização).

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CRIANDO O NOVO

3.3.1 CRIANDO O NOVO

DESIGN THINKING NOS ESTUDOS E NA PROFISSÃO

Design Thinking é uma abordagem para resolver problemas complexos e criar soluções inovadoras, baseadas na compreensão profunda do usuário em uma abordagem iterativa e colaborativa. Essa abordagem pode ser aplicada em diferentes contextos, incluindo os estudos e a profissão.

Nos estudos, o Design Thinking pode ser uma ferramenta valiosa para ajudar os alunos a desenvolver habilidades como empatia, colaboração, pensamento crítico e criatividade. Por meio de projetos baseados em Design Thinking, os alunos podem aprender a identificar problemas, criar soluções, prototipar e testar suas ideias. Essa abordagem também pode ajudar a desenvolver a capacidade dos alunos de trabalhar em equipe, com pessoas de diferentes áreas de conhecimento e perspectivas.

Na profissão, o Design Thinking pode ser uma abordagem poderosa para resolver problemas complexos em diferentes áreas, incluindo negócios, tecnologia, saúde, educação e muitas outras. As empresas e organizações que adotam o Design Thinking muitas vezes conseguem criar soluções mais inovadoras e eficazes, aumentando a satisfação dos clientes e conseguindo a eficiência dos processos. Ao aplicar o Design Thinking em nosso cotidiano, é importante pensar em como podemos entender as necessidades e desejos das pessoas ao nosso redor e criar soluções que promovam o bem-estar delas.

HÁ MIL MANEIRAS DE PENSAR

Existem muitas maneiras de pensar e abordar um problema ou situação. As pessoas têm perspectivas únicas que são influenciadas por experiências de vida, educação, cultura e ambiente. Alguns podem ser mais analíticos, outros mais criativos, outros mais intuitivos, etc. Essas diferenças podem levar a diferentes soluções para problemas ou

diferentes abordagens para tarefas. É importante perceber-se que mentalidades diferentes podem ser valiosas e úteis, e pode levar a soluções mais inovadoras e eficazes.

Ao promover a diversidade de pensamento, podemos criar um ambiente mais saudável e produtivo para todos, o que pode levar a um sucesso mais amplo e sustentável para uma organização ou comunidade como um todo

Quando as pessoas com diferentes perspectivas são incentivadas a compartilhar suas ideias e opiniões, isso pode levar a uma maior criatividade, inovação e eficiência. Além disso, a diversidade de pensamento também pode ajudar a evitar a exclusão de pessoas ou grupos com diferentes perspectivas e experiências, e promover a igualdade de oportunidades e um tratamento justo para todos.

Design Thinking nos estudos e na profissão

Design Thinking é uma abordagem para resolver problemas complexos e criar soluções inovadoras, baseadas na compreensão profunda do usuário e em uma abordagem interativa e colaborativa. Essa abordagem pode ser aplicada em diferentes contextos, incluindo os estudos e a profissão.

Nos estudos, o Design Thinking pode ser uma ferramenta valiosa para ajudar os alunos a desenvolver habilidades como empatia, colaboração, pensamento crítico e criatividade. Por meio de projetos baseados em Design Thinking, os alunos podem aprender a identificar problemas, criar soluções, prototipar e testar suas ideias. Essa abordagem também pode ajudar a desenvolver a capacidade dos alunos de trabalhar em equipe, com pessoas de diferentes áreas de conhecimento e perspectivas.

Na profissão, o Design Thinking pode ser uma abordagem poderosa para resolver problemas complexos em diferentes áreas, incluindo negócios, tecnologia, saúde, educação e muitas outras. As empresas e organizações que adotam o Design Thinking muitas vezes conseguem criar soluções mais inovadoras e eficazes, aumentando a satisfação dos clientes e conseguindo a eficiência dos processos. Ao aplicar o Design Thinking em nosso cotidiano, é importante pensar em como podemos entender as

necessidades e desejos das pessoas ao nosso redor e criar soluções que promovam o bem-estar delas.

Há mil maneiras de pensar

Existem muitas maneiras de pensar e abordar um problema ou situação. As pessoas têm perspectivas únicas que são influenciadas por experiências de vida, educação, cultura e ambiente. Alguns podem ser mais analíticos, outros mais criativos, outros mais intuitivos, etc. Essas diferenças podem levar a diferentes soluções para problemas ou diferentes abordagens para tarefas. É importante aperceber-se que mentalidades diferentes podem ser valiosas e úteis, e pode levar a soluções mais inovadoras e eficazes.

Ao promover a diversidade de pensamento, podemos criar um ambiente mais saudável e produtivo para todos, o que pode levar a um sucesso mais amplo e sustentável para uma organização ou comunidade como um todo

Quando as pessoas com diferentes perspectivas são incentivadas a compartilhar suas ideias e opiniões, isso pode levar a uma maior criatividade, inovação e eficiência. Além disso, a diversidade de pensamento também pode ajudar a evitar a exclusão de pessoas ou grupos com diferentes perspectivas e experiências, e promover a igualdade de oportunidades e um tratamento justo para todos.

Criando asas

Criar asas é uma metáfora para explorar o potencial e a capacidade de realização que todos nós temos. Aqui estão algumas sugestões para ajudá-lo a criar suas próprias asas e voar mais alto:

Defina seus objetivos: Defina metas claras e específicas para o que você deseja realizar. Isso ajudará a mantê-lo focado e motivado.

Desenvolva sua autoconfiança: Acredite em si mesmo e em suas habilidades. Pense em seus sucessos passados e no que você já realizou para aumentar sua confiança.

Assuma riscos calculados: Às vezes, é necessário assumir riscos para alcançar grandes recompensas. Analise os riscos envolvidos em suas decisões e faça escolhas conscientes e informadas.

Mantenha-se em movimento: Não fique preso em uma rotina ou com medo de mudar. A mudança pode ser assustadora, mas também pode ser libertadora e inspiradora.

Seja persistente: Não desista facilmente. A persistência pode ser a chave para alcançar seus objetivos e criar suas próprias asas.

Explore novos ambientes: Visite um lugar que você nunca esteve antes, ou experimente algo que você nunca fez antes. Isso pode ser algo tão simples quanto experimentar um novo alimento ou hobby, ou tão complexo quanto viajar para um país diferente.

Amplie sua rede de contatos: Conheça novas pessoas e escute suas histórias e perspectivas. Isso pode abrir seus olhos para novas possibilidades e inspirá-lo a criar algo novo.

Desafie-se: Enfrente um desafio que você considera impossível ou intimidante. Isso pode ser algo como aprender um novo idioma, correr uma maratona ou começar um negócio.

Aprenda algo novo: Inscreva-se em um curso, leia um livro ou assista a uma palestra sobre um tópico que você nunca explorou antes. O conhecimento pode abrir portas para novas ideias e insights.

Experimente a arte: Tente algo criativo, como pintar, escrever ou tocar um instrumento. A arte é uma forma poderosa de expressão que pode ajudá-lo a explorar sua imaginação e criatividade.

Lembre-se de que criar asas é um processo contínuo e que leva tempo e esforço. Mantenha-se comprometido e persistente, e você poderá alcançar grandes alturas e voar mais alto do que jamais imaginou possível. Não há limites para o que você pode realizar com sua mente e corpo. Mantenha a mente aberta, experimente coisas novas e nunca pare de explorar.

O duplo diamante

O diagrama do duplo diamante é uma ferramenta visual que ajuda a descrever o processo de design thinking, que é uma abordagem para resolver problemas e criar soluções inovadoras. O diagrama consiste em duas fases principais: a fase de divergência e a fase de convergência, cada uma representada por um diamante.

A fase de divergência é a primeira fase, onde os designers exploram o problema em mãos, gerando muitas ideias e soluções possíveis. Nesta fase, os designers podem utilizar técnicas de brainstorming, pesquisa de usuários e outras metodologias para gerar ideias criativas e inovadoras.

A fase de convergência é a segunda fase, onde os designers refinam as ideias geradas na fase anterior e selecionam as melhores soluções para o problema. Nesta fase, os designers podem utilizar técnicas de prototipagem, teste e feedback para refinar e melhorar as soluções selecionadas.

O processo de design thinking pode ser repetido várias vezes, até que uma solução satisfatória seja encontrada. Uma boa descrição simplificada do processo de design

thinking, com seus principais estágios: descoberta, definição, desenvolvimento e entrega.

Durante a fase de descoberta, os designers imergem no problema, entendendo a fundo as necessidades e desafios do público-alvo, utilizando diversas técnicas de pesquisa e empatia para obter insights relevantes.

Na fase de definição, os designers se concentram em definir claramente o problema e as necessidades a serem resolvidas, para então começar a desenvolver soluções para o problema identificado. É nessa fase que os designers estabelecem critérios de sucesso para o projeto e começam a delinear uma estratégia de design.

Na fase de desenvolvimento, os designers utilizam técnicas de prototipagem e teste para criar e refinar soluções potenciais para o problema identificado. Eles trabalham em estreita colaboração com os usuários e stakeholders para obter feedback e insights que possam ser usados para melhorar as soluções.

Por fim, na fase de entrega, os designers apresentam as soluções finalizadas e testadas ao público-alvo. Eles garantem que as soluções sejam entregues e implementadas com sucesso, e monitoram o feedback dos usuários para ajustar e melhorar as soluções, se necessário.

Cabe ressaltar que o processo de design thinking é altamente iterativo e pode ser repetido várias vezes até que uma solução satisfatória seja encontrada. Além disso, os estágios do processo podem se sobrepor e ocorrer simultaneamente, em vez de serem distintos e lineares.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Aqui direcionamos nossa prática em um vídeo, falamos sobre comunicação interpessoal e intrapessoal . Pontuamos o que é ser um profissional “T”, sempre se destaca no mercado de trabalho pela sua postura, também é importante lembrar que devemos sair da nossa zona de conforto.

Abaixo o link para acesso de nosso vídeo:

<https://youtu.be/2MVtBLEhJHc>

4. CONCLUSÃO

Buscamos analisar a estratégia de marketing da Nestlé no mercado, investigando sua presença nas redes sociais, suas estratégias de branding e suas ações de responsabilidade social. Ao longo do estudo, buscamos compreender como a empresa se posiciona no mercado e como suas estratégias contribuíram para o seu sucesso.

Com base na análise dos dados coletados e na revisão bibliográfica realizada, observamos que a Nestlé tem adotado estratégias eficazes de marketing nas redes sociais, com presença ativa em diversas plataformas e uma abordagem abordada para o engajamento do público. Além disso, sua estratégia de branding tem se mostrado consistente e esclarecida com os valores da marca, confiante para a construção de uma imagem positiva no mercado. Por fim, identificamos que as ações de responsabilidade social da empresa têm impactado positivamente a percepção dos consumidores, fortalecendo sua confiança para a construção de uma imagem corporativa positiva.

O estudo sobre a Nestlé contribuiu para uma melhor compreensão das estratégias de marketing adotadas pela empresa e de como elas têm impactado seu desempenho no mercado global. No entanto, é importante ressaltar que esta pesquisa apresenta algumas restrições, como a falta de acesso a informação interna da empresa e a necessidade de uma abordagem mais aprofundada em alguns aspectos específicos, consumidor, entre outros. A compreensão das estratégias de marketing da Nestlé é de grande inspiração para a área de marketing e gestão, visto que a empresa é uma das líderes do setor alimentício mundial, sendo uma referência no mercado global.

Buscamos analisar a estratégia de marketing da Nestlé no mercado, evidenciando suas ações nas redes sociais, sua estratégia de branding e suas ações de responsabilidade social. Os resultados obtidos destacaram a eficácia das estratégias de marketing adotadas pela empresa, sua consistente estratégia de branding e o impacto positivo das ações de responsabilidade social na percepção dos consumidores.

A compreensão das estratégias de marketing da Nestlé é de grande importância para a área de marketing e gestão, podendo servir como base para tomada de decisão em empresas do setor alimentício e áreas correlatas.

REFERÊNCIAS

Belhot, R. V. Junior, W. A. Guerrini, F. M. 2018. Planejamento e controle da produção: Modelagem e implementação. Brasil: Elsevier Editora Ltda.

BRASIL, Cadeia de Logística. **NESTLÉ- FAZ BEM**. Disponível em: < <https://www.nestle.com.br/anestle/cadeia-de-logistica>> . Acesso em 08 Abr. 2023.

WANKE, Peter. Pensionamento Logístico e a Definição da Política de Atendimento aos Clientes. **ILOS**. Brasil, 10 de junho de 2000. Disponível em: < <https://www.ilos.com.br/web/posicionamento-logistico-e-a-definicao-da-politica-de-atendimento-aos-clientes/>> . Acesso em 05 Abr 2023.

WOEBCKEN, Cayo. Design Thinking: Uma forma inovadora de pensar e resolver problemas. **Rock Content** 25 Abr. 2019 Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/design-thinking/> Acesso em: 05 Abr. 2023.

ZAMBELLI, Rafael. 10 BOAS PRÁTICAS DE OPERAÇÃO LOGÍSTICA QUE VOCÊ DEVE CONSIDERAR. **Check List Fácil**. Brasil, 13 de outubro de 2022. Disponível em: < <https://blog-pt.checklistfacil.com/operacao-logistica/>> . Acesso em 05 Abr. 2023.

ZANLUCA. De Souza, Jonatan. CUSTOS FIXOS E VARIÁVEIS. **Portal de Contabilidade**. Disponível: < <https://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/custo-fixo-variavel.htm>> . Acesso: 08 Abr. 2023.

ANEXOS





RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA

CURSO: GESTÃO EM LOGÍSTICA

MÓDULO: 3º Período

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Fernanda Moreira

ESTUDANTE: Ézio Martins

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 12/03/2023 - 12/04/2023

2. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Foi proposto uma pesquisa sobre a Nestlé e sua funcionalidade com os custos, logísticas, armazenagem e transporte. A equipe se organizou para que todos os tópicos fossem apresentados.

Desafio: Estabelecer prioridades para equilibrar o tempo dedicado ao projeto integrado e aos estudos para as provas, evitando sobrecarga e garantindo um desempenho adequado em ambas as áreas.

Cronograma das Ações: Dividimos os tópicos de forma que todos os integrantes participassem da elaboração.

Síntese das Ações: Criamos um grupo de WhatsApp para mantermos contato durante a elaboração, trocando ideias e auxiliando uns aos outros nas pesquisas.

a. Aspectos positivos : Aprendemos sobre todas as formas de custos e suas vantagens e como colocar em prática em uma empresa. Podemos aprofundar o conhecimento sobre a funcionalidade da empresa.

b. Dificuldades encontradas : Aprofundar nos custos e logística da empresa

c. Resultados atingidos : Adquirimos conhecimentos para usar na nossa vida financeira no dia a dia.

d. Sugestões / Outras observações

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012021100010	NOME Ana Heloísa M. De Assis Nogueira
RA 1012021100190	NOME Natalha Fátima Lima Silva
RA 1012019100190	NOME Ezio Martins

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Estratégica em Logística
CURSO: Administração
MÓDULO: 5º Período
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Fernanda Moreira
ESTUDANTE: Ana Heloisa M. de Assis Nogueira
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 12/03/2023 - 12/04/2023

5. DESENVOLVIMENTO	
Contextualização: Foi proposto uma pesquisa sobre a Nestlé e sua funcionalidade com os custos, logísticas, armazenagem e transporte. A equipe se organizou para que todos os tópicos fossem apresentados.	
Desafio: Estabelecer prioridades para equilibrar o tempo dedicado ao projeto integrado e aos estudos para as provas, evitando sobrecarga e garantindo um desempenho adequado em ambas as áreas.	
Cronograma das Ações: Dividimos os tópicos de forma que todos os integrantes participassem da elaboração.	
Síntese das Ações: Criamos um grupo de WhatsApp para mantermos contato durante a elaboração, trocando ideias e auxiliando uns aos outros nas pesquisas.	
e. Aspectos positivos : Aprendemos sobre todas as formas de custos e suas vantagens e como colocar em prática em uma empresa. Podemos aprofundar o conhecimento sobre a funcionalidade da empresa.	
f. Dificuldades encontradas : Aprofundar nos custos e logística da empresa	
g. Resultados atingidos : Adquirimos conhecimentos para usar na nossa vida financeira no dia a dia.	

h. Sugestões / Outras observações		
6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO		
RA 1012021100010	NOME Ana Heloísa M. De Assis Nogueira	
RA 1012021100190	NOME Natalha Fátima Lima Silva	
RA 1012019100190	NOME Ezio Martins	

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE**RELATÓRIO: Estratégica em Logística****CURSO: Administração****MÓDULO: 5º Período****PROFESSOR RESPONSÁVEL: Fernanda Moreira****ESTUDANTE: Natalha Fátima Lima Silva****PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 12/03/2023 - 12/04/2023****8. DESENVOLVIMENTO**

Contextualização: Foi proposto uma pesquisa sobre a Nestlé e sua funcionalidade com os custos, logísticas, armazenagem e transporte. A equipe se organizou para que todos os tópicos fossem apresentados.

Desafio: Estabelecer prioridades para equilibrar o tempo dedicado ao projeto integrado e aos estudos para as provas, evitando sobrecarga e garantindo um desempenho adequado em ambas as áreas.

Cronograma das Ações: Dividimos os tópicos de forma que todos os integrantes participassem da elaboração.

Síntese das Ações: Criamos um grupo de WhatsApp para mantermos contato durante a elaboração, trocando ideias e auxiliando uns aos outros nas pesquisas.

- i. Aspectos positivos : Aprendemos sobre todas as formas de custos e suas vantagens e como colocar em prática em uma empresa. Podemos aprofundar o conhecimento sobre a funcionalidade da empresa.
- j. Dificuldades encontradas : Aprofundar nos custos e logística da empresa escolhida.
- k. Resultados atingidos : Adquirimos conhecimentos para usar na nossa vida financeira no dia a dia.

1. Sugestões / Outras observações

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012021100010	NOME Ana Heloísa M. De Assis Nogueira
RA 1012021100190	NOME Natalha Fátima Lima Silva
RA 1012019100190	NOME Ezio Martins

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO:
CURSO:
MÓDULO:
PROFESSOR RESPONSÁVEL:
ESTUDANTE: “D”
PERÍODO DE REALIZAÇÃO:

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

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

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

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.

m. Aspectos positivos

n. Dificuldades encontradas

o. Resultados atingidos

p. Sugestões / Outras observações

12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

13.IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO:
CURSO:
MÓDULO:
PROFESSOR RESPONSÁVEL:
ESTUDANTE: “E”
PERÍODO DE REALIZAÇÃO:

14. 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

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

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

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.

q. Aspectos positivos

r. Dificuldades encontradas

s. Resultados atingidos

t. Sugestões / Outras observações

15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA	NOME
RA	NOME