



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

PROJETO INTEGRADO
ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA
COCA-COLA FEMSA

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 FEMSA

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:

WELLEN DE CARVALHO SCATOLINI, RA 1012021100630

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	8
3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS	8
3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS	9
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CRIANDO O NOVO	10
3.3.1 CRIANDO O NOVO	10
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	11
4. CONCLUSÃO	12
REFERÊNCIAS	13
ANEXOS	13

1. INTRODUÇÃO

Para esclarecermos o que é logística estratégica, antes, vamos apenas conceituar logística e estratégia. Resumidamente, a logística é um campo da administração responsável por cuidar do transporte, expedição, almoxarifado, estoque, gestão de recursos e pessoas. É importante ter em vista que todos estes estão intrinsecamente relacionados.

Já a estratégia consiste em um conjunto de ações sequenciadas e previamente calculadas com o intuito de alcançar um objetivo. Consequentemente, a logística estratégica visa organizar todo o fluxo logístico de modo preciso, controlado e inteligente para garantir mais eficiência. Ou seja, levar a operação logística à excelência. Entre outros aspectos, esta considera otimização de processos, redução de custos, criação de valor e adoção de soluções inovadoras de forma a conquistar uma vantagem competitiva.

Assim que a logística estratégica é colocada em prática, ela pode, quando bem-desenvolvida, trazer diversos benefícios para as empresas, principalmente quando falamos do relacionamento com os clientes e da experiência que eles têm com a instituição.

A Coca-Cola Company fundada no ano de 1892 na Geórgia, EUA é o maior produtor de bebidas do mundo e uma das marcas mais conhecidas do planeta. Para atender à sua gigantesca demanda mundial, a Coca-Cola investe em tecnologia para a produção de seus refrigerantes e das latas de alumínio que serão colocadas à venda.

O Sistema Coca-Cola Brasil funciona com modelo misto: parte da frota é terceirizada e parte própria.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A razão social da empresa é SPAL INDUSTRIA BRASILEIRA DE BEBIDAS S/A, nome fantasia COCA-COLA FEMSA inscrita no CNPJ 61.186.888/0003-55, localizada no endereço Avenida Marginal, 1008, bairro Aeroporto, na Cidade de Jundiaí - São Paulo, CEP 13215-085.

No Brasil, a empresa está presente como Coca-Cola FEMSA Brasil, empregando cerca de 20 mil funcionários e atendendo mais de 87.7 milhões de consumidores. São 43 centros de distribuição e 12 fábricas, sendo a unidade de Jundiaí (SP) a maior no mundo em volume de produção dos produtos Coca-Cola. Coca-Cola FEMSA, SAB de C.V produz e distribui Coca-Cola, Fanta, Sprite, Del Valle, Schweppes e outras bebidas do portfólio da The Coca-Cola Company em 10 países. México (uma parte substancial da região central, incluindo a Cidade do México, bem como sudeste e nordeste do país). Guatemala (Cidade da Guatemala e região metropolitana). Nicarágua (todo o país). Costa Rica (todo o país). Panamá (todo o país). Colômbia (maior parte do país). Venezuela (todo o país). Brasil (regiões metropolitanas de São Paulo, Campinas, Baixada Santista parte do interior de São Paulo, estado de Mato Grosso do Sul, estado de Paraná, parte dos estados de Goiás, Minas Gerais e Rio de Janeiro). Argentina (Buenos Aires e arredores). Filipinas (todo o país). A empresa também engarrafa e distribui água, sucos, chás, isotônicos, cervejas e outras bebidas em alguns desses territórios. Ao todo, possui 64 fábricas e serve 351 milhões de consumidores por meio de aproximadamente 2,8 milhões de pontos de vendas e conta com mais de 120 mil funcionários em todo o mundo.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

A política de gestão da Coca-Cola Brasil, que assegura a excelência de seus produtos, é baseada em sete princípios. São eles: foco no cliente, liderança, engajamento das pessoas, abordagem de processo, tomada de decisão, melhoria contínua e gestão de relacionamento. Ao perseguir estas diretrizes, a empresa atinge seus objetivos: entregar o produto perfeito (o refrigerante chega às mãos do consumidor, sempre com o mesmo padrão de qualidade) e estimular um ambiente sustentável (toda a cadeia produtiva da empresa persegue uma relação harmoniosa com o meio ambiente) e seguro (sem acidentes de trabalho).

3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA

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

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

A meta é fazer com que as remessas sejam entregues em no máximo 24 horas, o que é cumprido na grande maioria dos casos. Para isso, os vendedores visitam os clientes e fazem os pedidos por meio de palmtops, que os envia imediatamente para a base de dados.

Existem duas etapas durante o processo de distribuição que é o transporte primário: responsável pelo abastecimento dos centros de distribuição e o transporte secundário: responsável pelas entregas nos pontos de venda, partindo dos CDs.

3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA

Em 2017 implementamos módulos de controle de qualidade SPC em 45 fábricas engarrafadoras. Eles produzem mais de 80% do volume de bebidas totais da companhia. Também instalamos o nosso monitoramento em tempo real da plataforma MES dos processos.

Além disso, instalamos a plataforma completa MES em sete processos de produção; desde o tratamento de água até o envasamento e uso de serviços em três de nossas fábricas. Graças à implementação da nova plataforma digital MES + SPC, não apenas melhoramos de forma significativa a nossa qualidade de produção, mas também incrementamos substancialmente a eficiência energética

No mundo todo a companhia trabalha da seguinte forma:

Engarrafamento: São produzidos, empacotados e etiquetados todos os produtos da marca nas 63 indústrias da FEMSA

- Distribuição Primária: Todos os produtos necessários para a produção são transportados às fábricas;

- Centros de Distribuição: São organizados os processos de pré-venda e distribuição aos mais de 2,8 milhões de pontos de venda;

- Pré-Venda: Os vendedores saem nas ruas para fazerem as vendas dos produtos aos consumidores; 36

- Distribuição Secundária: Uma vez que os pedidos são realizados e processados, as rotas de entrega encarregam-se de fazer a logística e distribuir as bebidas aos estabelecimentos que compraram os produtos;

- Pontos de Venda: Os clientes encarregam-se de vender as bebidas aos consumidores;
- Consumo: De acordo com o Relatório de Sustentabilidade da FEMSA, mais de 358 milhões de pessoas adquiriram alguma bebida do portfólio;
- Reciclagem: A empresa gera processos para coletar, reciclar e recuperar os resíduos dos produtos usados.

3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

Para definir o quanto uma empresa precisa receber em receita, é necessário saber exatamente o valor necessário para mantê-la funcionando, a partir de todos os gastos de produção, estrutura e organização.

Dessa forma, é possível definir a margem de contribuição de cada produto e entender a melhor maneira de precificá-lo. É apenas dessa forma que uma organização consegue planejar, de forma clara e objetiva, sua obtenção de lucros.

A importância da classificação correta também implica na obtenção de dados de confiança para que os empreendedores possam planejar mudanças mais rentáveis para aquela organização, com possíveis cortes de custos ou aplicações de investimentos.

3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS

Os custos variáveis, são os que estão diretamente relacionados com o volume de produção ou vendas. Quanto maior for o volume de produção, maiores serão os custos variáveis totais. Possuem seu valor determinado pela oscilação da atividade da empresa, variando de valor na proporção direta no nível de atividade. O exemplo mais comum é a matéria-prima, pois para produzir uma unidade se gastará um determinado, para produzir duas unidades, a quantidade de matéria-prima aumentará proporcionalmente. Na empresa um dos exemplos que temos de custos variáveis são: Comissão de vendas, impostos, fretes e etc. Os custos fixos podem ser assim definidos quando são aqueles gastos que tendem a se manter constantes nas alterações de atividades operacionais, independente do volume de produção. É os custos que não possuem vinculação com o aumento ou diminuição da produção, permanecendo no mesmo valor independentemente da quantidade produzida. Como exemplo pode-se citar o aluguel da fábrica onde são produzidos determinados produtos, que independentemente de estar produzindo ou não, o valor se manterá o

mesmo. Na empresa um dos exemplos que temos de custos fixos são: Segurança e Vigilância, aluguel, matérias primas dos produtos, telefone, internet.

3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS

A classificação dos custos da empresa, dos produtos, das operações, enfim, do objeto que está sendo examinado e analisado, em diretos e indiretos destina-se a fornecer informações para determinação do montante mais realístico do custo desse objeto, bem como para o controle de custos dos centros de responsabilidade e, de modo geral, de todos os segmentos que tiveram seus custos identificados e acumulados.

Todos os custos da empresa são classificados em dois grandes grupos: diretos e indiretos. As palavras direto e indireto possuem uma ideia relativa. Essa análise depende do objeto que deseja custear.

Custos diretos: são aqueles diretamente relacionados aos produtos, são facilmente identificados e tem por característica serem mensuráveis;

Custos indiretos: são os custos que não oferecem condição de medida objetiva, e qualquer tentativa de identificação tem de ser feita de maneira estimada e muitas vezes arbitrária;

A diferença entre custo direto e indireto é uma questão de medição, ou seja, quando consegue um bom nível de medição, os custos são chamados de diretos. Em caso contrário, eles são chamados de indiretos.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CRIANDO O NOVO

3.3.1 CRIANDO O NOVO

Está disponível para os estudantes no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), como parte do Programa de Desenvolvimento de Aprendizagem (PDA), o tema “Criando o Novo”.

Nesta parte do Projeto Integrado, os estudantes deverão realizar uma síntese dos 4 (quatro) tópicos deste tema, quais sejam:

- **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. O método atende à necessidade de inovação e trabalho cooperativo nas organizações, inseridas cada vez mais em um ambiente de negócios em mudança constante.

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

Quando falamos em saúde mental, estamos nos referindo a capacidade de gerenciarmos as emoções e sentimentos que nos fazem sentir bem, ou não.

Não há decisões que não envolva racionalidade e emoção, razão e coração, funções do hemisfério esquerdo e direito do cérebro. Mesmo que não queiramos ou não saibamos, sempre haverá um componente emocional em nossas decisões.

- **Tópico 3:** Criando asas

Muitas vezes acreditamos que desenvolver o pensamento criativo requer grandes habilidades que nossos pais nos devem ter ensinado desde pequenos, quando na realidade não temos idade para usar a imaginação nos problemas do dia a dia e o melhor de tudo é que ela não é tão difícil quanto pensamos.

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

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

O Design Digital, por exemplo, foi uma dessas grandes transformações. Um projeto nesse campo, normalmente, começa pelo segundo diamante. Contudo, muitas vezes surgem problemas mais profundos que exigem que se volte ao primeiro.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

4. CONCLUSÃO

Com o mercado cada vez mais competitivo, as empresas necessitam de um planejamento organizado para conseguir as suas metas e objetivos. O mercado exige um acompanhamento e controle diário das suas informações para o atingimento do seu orçamento. Nos dias atuais, somente as empresas que tiverem um orçamento bem estruturado, com base na sua previsão de vendas irão se manter no mercado de bebidas brasileiro. A razão para a Coca Cola Femsa ter um planejamento eficiente, se deve pelo bom desempenho da marca Coca Cola e seu portfólio no mercado. Com a queda do desemprego e o aumento de renda das classes E, D e C, o consumo de refrigerantes disparou. Há ainda grande potencial a ser aproveitado e metas a serem cumpridas, tomando como exemplo o México, que possui um consumo per capita três vezes maior que o do Brasil.

REFERÊNCIAS

- PRESTEX. Entenda a importância da logística estratégica nas empresas. 2021 | B, C, Gestão, logística. <https://www.prestex.com.br/blog/logistica-estrategica-nas-empresas>. Acesso em :27/03/2023
- AUTOR DESCONHECIDO. O Processo de Distribuição KOF, Um Círculo Virtuoso. <https://coca-colafemsa.com/pt-br/noticias/distribuicao-logistica/>. Acesso em :21/03/2023
- AUTOR DESCONHECIDO. Logística estratégica: quais as vantagens e como aplicar? <https://www.realfurgoes.com.br/blog/logistica-estrategica-quais-as-vantagens-e-como-aplicar/>. Acesso em :28/03/2023
- COCA-COLA. Seja Bem-Vindo à Coca-Cola FEMSA. <https://coca-cola-femsa.com.br>. Acesso em :01/04/2023
- COCA-COLA BRASIL. <https://www.cocacolabrasil.com.br/inicial>. Acesso em :01/04/2023.
- YAHOO FINANÇAS. Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. (KOF). Acesso em: 02/04/2023
- BRUNO. 4 Dicas para a gestão estratégica de preços com a Coca-Cola FEMSA. Publicado em 27/07/2018. <https://blueprintt.co/artigos/gestao-estrategica-de-precos/> Acesso em: 03/04/2023.
- AMARAL, Camila. Relatório de Sustentabilidade COCA-COLA FEMSA Brasil 2019. https://coca-colafemsa.com/wp-content/uploads/2020/07/CocaColaFemsa-Relatorio_Sustentabilidade_Br_VFF-Pt.pdf Acesso em: 02/04/2023.
- COCA-COLA BRASIL. NOSSAS FÁBRICAS NO BRASIL. Disponível em: Acesso em: 31/03/2023.
- AUTOR DESCONHECIDO. SEBRAE. Entenda o conceito de design thinking e como aplicá-lo aos negócios. <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/design-thinking-inovacao-pela-criacao-de-valor-para-o-cliente,c06e9889ce11a410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em: 04/04/2023.

RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
MÓDULO: 3º ANO
PROFESSOR RESPONSÁVEL: FERNANDA MOREIRA
ESTUDANTE: WELLEN DE CARVALHO SCATOLINI
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Mês 04

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>Criei o projeto com o fim de aprender mais sobre indústrias gigantes do mercado, desde o pedido solicitado pelo cliente até a entrega. Afim de aprender mais e repassar isso adiante no setor em que trabalho.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Foi difícil encontrar as informações corretas para o desenvolvimento do projeto, muitas informações diferentes uma da outra.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Como criei o projeto sozinha, foi criado no período da noite após o trabalho e os afazeres pessoais.</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.

a. Aspectos positivos

Hoje com a internet ficou mais fácil de criar esses projetos através da pesquisa online.

b. Dificuldades encontradas

Todas as informações corretas que o projeto pede.

E em relação a criação de vídeo, acho que isso poderia mudar e ser criado de outra forma, tenho dificuldade em fazer vídeo.

c. Resultados atingidos

Não estou muito contente com a criação do projeto, acredito que poderia ter melhorado mais. Porém estou satisfeita.

d. Sugestões / Outras observações

Acho que não deveria pedir aos alunos gravação de vídeo, acredito que tenha outros métodos mais interessantes a ser feito.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA1012021100630	NOME: WELLEN DE CARVALHO SCATOLINI
RA	NOME

