



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO TECNOLÓGICO
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA QUÍMICA E ENGENHARIA DE ALIMENTOS

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

JOHNSON & JOHNSON INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PRODUTOS PARA SAÚDE LTDA.



Larissa Diacov da Cunha

São José dos Campos – São Paulo
Novembro de 2012

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO TECNOLÓGICO
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA QUÍMICA E ENGENHARIA DE ALIMENTOS

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

JOHNSON & JOHNSON INDÚSTRIA E COMERCIO DE PRODUTOS PARA SAUDE LTDA.

Larissa Diacov da Cunha

Relatório referente às atividades realizadas durante o período de estágio na empresa Johnson & Johnson do Brasil Industria e Comercio de Produtos para a Saúde Ltda., como requisito parcial para a conclusão do Estágio Curricular, sob supervisão de Carlos Storani, professora orientadora Mara Gabriela Novy Quadri e coordenador de estágio José Miguel Muller

Professora orientadora: Mara Gabriela Novy Quadri

Supervisor Johnson &Johnson: Carlos Storani

São José dos Campos – São Paulo
Novembro de 2012

Resumo

Este relatório contempla o estágio curricular supervisionado na indústria JOHNSON & JOHNSON INDÚSTRIA E COMERCIO DE PRODUTOS PARA SAUDE LTDA. localizada na cidade de São José dos Campos, no período de 02 de maio a 30 de dezembro de 2012, com carga horária de 30 horas semanais. O trabalho foi realizado na área de Supply Chain (Cadeia de Suprimentos) As principais atividades realizadas no estágio foram: publicação de métricas semanais como Consumo do Forecast (Consumo da previsão de vendas) Purchase Plan (Plano de compras) e relatório de backorder (pedidos atrasados), envio de ordens/pedidos às originadoras, planejamento de países como Panamá e Porto Rico; criação de códigos. O estágio teve a supervisão de Carlos Storani, Master Planning (Planejador com título Master) na área de Supply Chain – Demand Planning (Cadeia de Suprimentos- Planejamento de demanda)

Índice de Figuras

Figura 1 - Ficha de Avaliação do Estágio.....	6
Figura 2 - Ficha de Avaliação do Relatório.....	7
Figura 3 - Foto da unidade J&J de São José dos Campos.....	12
Figura 4 - Atividades do processo de planejamento da demanda.....	17
Figura 5 - Estrutura principal do JDE.....	18
Figura 6 - Fluxo do processo de planejamento.....	20

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. EMPRESA.....	9
3. SETOR DO ESTÁGIO.....	15
4. CONCLUSÃO.....	22
5. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	23

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO TECNOLÓGICO
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA QUÍMICA E ENGENHARIA DE ALIMENTOS
COORDENADORIA DE ESTÁGIO/EQA

AVALIAÇÃO DO ESTÁGIO
(Para uso do Supervisor)

1. IDENTIFICAÇÃO:

Nome: Larissa Diacov da Cunha
Nº de Matrícula: 06245018 Fase: 11^a
Curso: Engenharia de Alimentos
Coordenador de Estágios: José Miguel Muller
Nome do Supervisor: Carlos Storani
Local do Estágio: JOHNSON & JOHNSON INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PRODUTOS
PARA SAÚDE LTDA

Endereço: Rod Presidente Dutra km 154 - Jardim Indústrias
Fone: (12) 3932 3002 Cidade: São José dos Campos Estado: SP

2. AVALIAÇÃO (Nota de 01 a 10)

Conhecimentos Gerais:
Conhecimentos específicos:
Assiduidade:
Criatividade:
Responsabilidade:
Iniciativa:
Disciplina:
Sociabilidade:

Média:
.....
.....

Outras Observações:
.....
.....
.....
.....

Data da Avaliação: 26/12/12

.....
.....
Assinatura do Supervisor

Figura 1 - Ficha de avaliação do Estágio

**IKGMMVJMNMVVUNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA
CATARINA
CENTRO TECNOLÓGICO
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA QUÍMICA E ENGENHARIA DE
ALIMENTOS
COORDENADORIA DE ESTÁGIO/EOA**

FICHA DE AVALIAÇÃO DE RELATÓRIO DE ESTÁGIO

I. DADOS DO ESTAGIÁRIO

Nome: Larissa Diacov da Cunha
Matrícula: 06245018 Curso: Engenharia de Alimentos
Departamento: Depto. de Eng. Química e Eng. de Alimentos

2. DADOS DO ESTÁGIO

Período: 02/05/2012 a 31/12/2012 Duracão: 8 meses Horas: 1050 horas

Atividades Envoltórias:

Revisão do Suporte à gerencia na gestão de projetos da cadeia de abastecimento e desenvolvimento de interfaces com as áreas de distribuição, vendas e finanças

Supervisor de Estágio na Empresa: Carlos Storani

3. DADOS DA EMPRESA

3. DADOS DA EMPRESA
Empresa: JOHNSON & JOHNSON INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PRODUTOS PARA SAÚDE LTDA

ENDEREÇO: Rod Presidente Dutra km 154 - Jardim Indústrias
Fone: (12) 3932 3002 **Cidade:** São José dos Campos **Estado:** SP
Ramo de Atividade: Produtos Profissionais da Saúde

4. AVALIAÇÃO

Conceito (99 - 100) 90 (nove)

Orientador da UFSC (Nome Completo): Mara Gabriela Novy Quadri

Assinatura do Orientador da UESCE:

Assinatura do Orientador da UFSC:

Enquadramento concedido: (x) Curricular Obrigatório () Não-Obrigatório

Florianópolis 13 de novembro de 2012

Figura 2 - Ficha de avaliação do Relatório de Estágio

1. INTRODUÇÃO

Diante do ambiente competitivo das empresas, surge a preocupação com a melhoria contínua da qualidade dos produtos e processos oferecidos por uma organização. Uma forma eficaz de se obter vantagem nesta competição é através do gerenciamento da cadeia de suprimentos, a qual aborda o projeto, o planejamento, a gestão e a coordenação do fluxo de materiais e informações desde o fornecedor até o consumidor final, buscando a integração de recursos humanos e físicos que possibilite o alcance do objetivo final de satisfação do cliente, com entregas no prazo e com qualidade. A análise da Cadeia de Suprimentos permite identificar potenciais oportunidades de melhorias na gestão e na tomada de decisão dos diversos elos das cadeias, através da coordenação do fluxo de produtos e informações na cadeia. Como forma de facilitar essa coordenação, sistemas de informação são utilizados para o gerenciamento da cadeia de suprimentos. Para Chopra e Meindl (2003), a tecnologia da informação proporciona o conhecimento do escopo global necessário para tomar boas decisões, utilizando ferramentas para reunir essas informações e analisá-las objetivando tomar as melhores decisões sobre a cadeia de suprimentos. Para análise dos resultados obtidos com o gerenciamento da cadeia de suprimentos é de fundamental importância que sejam criados indicadores de desempenho como forma de avaliação dos resultados obtidos, monitorando e guiando a empresa em direção aos seus objetivos estratégicos. Os indicadores permitem que o gestor compreenda o funcionamento organizacional, gerando informações relevantes para a tomada de decisão. O processo da cadeia de suprimentos, que é abordado neste trabalho, refere-se ao processo de Demand Planning (Planejamento de Demanda) o qual é a base para o planejamento estratégico da produção, vendas e finanças de qualquer empresa. Além de permitir que os administradores destes sistemas antevejam o futuro e planejem adequadamente suas ações.

2. EMPRESA

2.1 Histórico

A Johnson & Johnson nasceu há mais de um século na pequena cidade de New Brunswick, estado de Nova Jersey. Foi em 1886 que os irmãos Robert, James e Edward Johnson, resolveram montar uma pequena empresa, localizada em uma antiga fábrica de papel de parede às margens do rio Raritan. No início a empresa contava com instalações modestas e apenas 14 empregados. A ideia era criar a primeira fábrica no mundo a produzir uma compressa cirúrgica asséptica, pronta para o uso, que reduzia a ameaça de infecção. Nesta época, as taxas de mortalidade no período pós-operatório chegavam a 90% em alguns hospitais. E não era por acaso. Algodão comum, recolhido do chão das tecelagens, era utilizado durante as cirurgias. Os médicos muitas vezes vestiam um avental já sujo de sangue para operar um paciente.

A compressa que a Johnson & Johnson criou foi baseada nas teorias então revolucionárias do cirurgião inglês Joseph Lister. Ele identificou a presença de germes no ar, que seriam a principal fonte de infecção nas salas de cirurgias. Robert Johnson se interessou pelas descobertas do cirurgião inglês e estudou uma aplicação prática para elas. Foi então que a Johnson & Johnson começou a fabricar compressas e a desenvolver novos processos de esterilização. No ano seguinte a empresa publicou seu primeiro catálogo de produtos contendo em 32 páginas itens como emplastos medicinais, suturas e roupas anti-sépticas para uso hospitalar. Foi em 1888, que a empresa, em resposta a tratamentos rápidos de ferimentos que ocorriam com funcionários das estradas de ferro americanas, introduziu no mercado o primeiro Kit de Primeiros-Socorros (First Aid Kit), produto que se tornaria um dos ícones da marca J&J para tratar pequenas lesões e contusões.

Em 1894 a empresa começou a diversificar seus produtos com a introdução do famoso talco com emplastos medicinais. Este produto foi responsável pela entrada da empresa no segmento de cuidados pessoais para bebês quando as mães descobriram os efeitos atenuantes que o talco tinha na delicada pele dos bebês. Ainda nesta década

a J&J, como a empresa ficou conhecida, continuou a ampliação de sua linha de produtos com o lançamento da marca Johnson's Baby (1893), que incluía o famoso talco (JOHNSON'S Baby Powder) e do fio-dental (1898). As primeiras referências a um "fio de seda encerado" para limpar a sujeira dos dentes e das gengivas datam de 1850. O produto só passou a ser produzido em náilon durante a Segunda Guerra Mundial, pois, com a escassez de matéria-prima, a seda era destinada ao fabrico de pára-quedas. Mas o fio dental só ganharia força e popularidade depois de ter sido lançado pela Johnson & Johnson.

Em paralelo a empresa desenvolveu comprehensivos estudos nos métodos de primeiros-socorros que resultaram em lições e técnicas utilizadas nos dias de hoje nesta área tão importante. O envolvimento da Johnson & Johnson com o auxílio e suporte em grandes tragédias naturais começou em 1900, quando um devastador furacão na cidade de Galveston, localizada no estado do Texas, matou mais de 6 mil pessoas e deixou outras milhares feridas. A empresa em resposta as necessidades de produtos medicinais para atender as vítimas, enviou emergencialmente uma enorme quantidade de produtos para o atendimento dos feridos. No ano seguinte a empresa publicou o Johnson's First Aid Manual, o primeiro livro/manual didático e explicativo com técnicas e métodos aplicados nos primeiros-socorros a vítimas de acidentes e ferimentos que acompanhava seu kit. Ao comemorar 25 anos de fundação em 1911, a Johnson & Johnson era responsável por aproximadamente 90% da produção de algodão, gazes e bandagens no mundo todo. Em 1919, iniciou sua expansão internacional com a abertura de uma filial no Canadá. Dois anos mais tarde, a empresa deu outro grande passo na diversificação de seus produtos com o lançamento do Band-Aid, uma de suas criações mais usadas e conhecidas no mundo. Em 1924 a empresa inaugurou sua primeira filial no continente europeu na Grã Bretanha; e sua primeira subsidiária em solo africano, na África do Sul em 1930, além de México e Austrália (1931).

Em 1937 a empresa ingressou oficialmente na área de planejamento familiar com a formação da Ortho Products Division, divisão responsável pela produção e desenvolvimento de métodos contraceptivos, que já haviam sido introduzidos no

começo da década. Após a Segunda Guerra Mundial a empresa continuou sua expansão internacional ingressando oficialmente no México, África do Sul, Austrália, França, Bélgica, Irlanda, Argentina e Brasil. Em 1959, seria a vez de ingressar no segmento farmacêutico com a aquisição do McNeil Laboratories, que posteriormente viria a produzir o Tylenol e lançá-lo ao consumidor em 1960; e do pequeno laboratório suíço Cilag Chemie. Pouco depois foi a vez do laboratório belga Janssen Pharmaceutica N.V., responsável pelo desenvolvimento de vários medicamentos como o anti-psicótico Haladol ser adquirido pela empresa americana. Ao completar 75 anos de vida em 1962, a Johnson & Johnson era uma empresa global com 83 fábricas e 30 centros espalhados por 54 países ao redor do mundo.

Com o crescimento, a Johnson & Johnson foi se organizando em divisões e subsidiárias, e investindo continuamente em pesquisa e desenvolvimento. Mais recentemente, no mês de dezembro de 2006, a empresa comprou por US\$ 16.6 bilhões a Consumer Healthcare da Pfizer, divisão que fabrica produtos para cuidados de saúde livres de prescrição médica como Listerine (formulado pela primeira vez em 1879) e Nicorette. Outras marcas incluídas no negócio são Caladryl (produto no mercado desde 1967, que proporciona alívio dos sintomas provocados pelas picadas de insetos, irritação causada por plantas, para o alívio do ardor, ardência e urticária causados pela queimadura solar ou outras irritações da pele de pequena intensidade), Lubriderm (hidratante), Neosporini (cuidados com a pele), Rogaine (queda de cabelo) Visine (colírio), Sundafed (antigripais), Zantac (antiácidos) e Benadryl (antialérgicos).

2.2. Nossa Estrutura

A J&J no Brasil é composta pelo seu Parque Industrial em São José dos Campos (SP) e pelo escritório central localizado na cidade de São Paulo, onde se concentra a área administrativa, vendas e marketing. Escritórios regionais de vendas instalados nas principais regiões do país completam a estrutura física da J&J no Brasil.

O Parque Industrial de São José dos Campos, inaugurado em 1954, é um dos maiores complexos de manufatura da Companhia no mundo. Nele estão instaladas as

três ramificações da Empresa no Brasil: J&J Consumer, J&J Profissionais e J&J Farmacêutica (Janssen).

O Parque possui uma área de 910 mil metros quadrados e, além de abrigar as unidades industriais, onde são fabricados todos os produtos, comporta um Centro de Pesquisa e Desenvolvimento, um Centro Social, armazéns, oficinas, escritórios e, entre outros setores, possui cinco poços semi-artesianos e uma estação de tratamento de efluentes.

Em respeito à ecologia e para conforto das instalações, os edifícios são interligados por ruas asfaltadas e cercados por uma extensa área verde composta por jardins, viveiros e bosques com mais de 20 mil árvores.



Figura 3. Foto da unidade de São José dos Campos (JOHNSON & JOHNSON, 2010)

2.3 Filosofia

Visão: A Johnson & Johnson promoverá o bem-estar de cada pessoa, fazendo parte de sua vida, pelo menos uma vez por dia, desde sua infância até a maturidade.

Missão: Ser uma companhia de saúde, higiene e beleza que cresce acima do mercado através de superior satisfação do consumidor e dos clientes.

2.4 Estrutura Corporativa

A afiliada brasileira, a Johnson & Johnson do Brasil, sediada em São Paulo, iniciou suas operações em 1933, mantém capital fechado e é uma das maiores subsidiárias fora dos Estados Unidos. Na América Latina, é a empresa com maior participação em vendas e lucratividade e é referência em áreas como pesquisa e desenvolvimento, manufatura e engenharia. Para atuar com eficiência em todos os segmentos, a empresa mantém uma gestão descentralizada, que reúne três grandes linhas de negócio, nas divisões: Janssen, Johnson & Johnson Medical Brasil e Johnson & Johnson do Brasil Produtos de Consumo (descritas em detalhe, a seguir). Juntas, mantêm um quadro de 5 mil funcionários.

Johnson & Johnson do Brasil Produtos de Consumo

Em todo o mundo, todos os dias, milhares de pessoas utilizam os produtos da divisão de Consumo da Johnson & Johnson para deixar os bebês mais limpinhos, reduzir febres, aliviar dores musculares, manter a pele hidratada e protegida contra os raios solares.

Janssen-Cilag Farmacêutica

Com foco no setor farmacêutico, iniciou as atividades no Brasil em 1937 e foi responsável pela introdução do primeiro anticoncepcional no país, na década de 1960. A empresa atua nas áreas de infectologia, hemato-oncologia, saúde feminina, saúde masculina, imunossupressão, sistema nervoso central, gastroenterologia e dor. Leva

informações científicas e de seus produtos a mais de 70 mil médicos por meio de aproximadamente 500 representantes em todo o território nacional e comercializa mais de 50 marcas de medicamentos no país. Para os medicamentos produzidos no Brasil, possui uma fábrica de líquidos e comprimidos integrada no parque de São José dos Campos. A Janssen também desenvolve projetos como a pesquisa clínica epidemiológica, que permite aumentar o conhecimento sobre diversas condições clínicas na população brasileira. Conta também com estrutura de suporte médico/científico nas diversas áreas terapêuticas, com uma área regulatória de farmacovigilância e também de estudos farmacoeconômicos.

Além da comercialização, parte do processo de desenvolvimento de medicamentos ocorre no país com o trabalho da área de pesquisa clínica. A área submete novos compostos a Ensaios Clínicos (EC) para avaliar a segurança e a eficácia do produto em seres humanos.

Johnson & Johnson Medical Brasil

A Johnson & Johnson Medical Brasil tem como diretriz o compromisso com a qualidade absoluta na prestação de serviços e entrega de valor aos clientes, o que se reflete em todas as áreas da divisão. Com foco na inovação, concentra seus esforços e investimentos na pesquisa, fabricação e comercialização de soluções em dispositivos médico-hospitalares, tanto para diagnósticos quanto para cirurgias e tratamentos. Oferece uma ampla gama de produtos – de agulhas e suturas específicas a equipamentos de alta tecnologia – desenvolvidos com o objetivo de reduzir a dor dos pacientes, permitir diagnósticos precoces e reduzir o impacto de cirurgias com procedimentos minimamente invasivos.

No Brasil, a divisão atua junto a mais de 7 mil hospitais, atingindo uma média de 474 mil leitos e 245 mil médicos. A participação no mercado é de aproximadamente 30%. Suas áreas foco incluem monitoramento de glicose no sangue, problemas circulatórios, diagnóstico, cirurgia minimamente invasiva, esterilização, tratamento da

coluna vertebral, medicina esportiva, suturas, cirurgia plástica, saúde da mulher e tratamento de ferimentos. Ao todo, são dez unidades de negócio.

3. SETOR DE ESTÁGIO

3.1 Supply Chain Regional – Demand Planning (Cadeia de Suprimentos Regional – Planejamento de Demanda)

A gestão da demanda tem sido reconhecida na literatura não só em gestão de operações, mas também em gestão da cadeia de suprimentos nos mais variados ramos de negócio. Esta gestão reúne várias atividades estratégicas e funcionais das empresas, de modo que se consiga atingir bons níveis de coordenação e colaboração entre os membros da cadeia, podendo ser eles: fornecedores de serviços e insumos, indústrias de processamento e transformação, distribuição e comercialização e, por fim, consumidores finais. A meta da gestão da cadeia de suprimentos é sincronizar oferta e demanda, buscando a redução dos custos e melhoria na satisfação dos clientes (CHRISTOPHER; TOWILL, 2001). A gestão da demanda e a formação de um correto pedido de compra são processos relativamente complexos na gestão da cadeia de suprimentos, geralmente ocasionados pela falta de mecanismos que permitam visibilidade dos estoques e das vendas. Encontrando meios para geração destas informações, todos os participantes da cadeia de suprimentos (CS) tendem a ganhar se elas estiverem disponíveis (MENTZER et al., 2004). A gestão da demanda torna-se um problema pela dificuldade que se tem em controlar os extremos (picos ou quedas nas vendas, que ocorrem em diferentes proporções e frequências) e estabelecer o pedido de reposição que melhor reflita essas oscilações. Como consequência, a ruptura causada na cadeia por falta de produto reflete diretamente nos custos.

Para Mentzer e Moon (2004), uma cultura colaborativa entre os agentes da cadeia é essencial para uma boa gestão da demanda. Geralmente, a área de marketing cria a demanda, mas tende a não criar um plano para ela, diferente do que ocorre com as previsões feitas para outras atividades da empresa. Os referidos autores chamam a atenção para que não haja confusão entre fazer “previsões” com “planejar a

demanda”, o que seria um erro. A intenção passa a ser, então, estar mais próximo da demanda do cliente final. A dimensão desse plano deve abranger previsões para todas as áreas funcionais envolvidas no processo produtivo, como produção, abastecimento, logística, etc. Do ponto de vista do planejamento da produção na cadeia, dados de demanda têm importância particular. O fluxo de informação de demanda tem impacto direto na programação da produção, no controle de estoques e nos planos de entrega das empresas que compõem a CS.

Neste sentido, as empresas estão investindo cada vez mais tempo e recursos em novas iniciativas para aprimorar o processo de planejamento da demanda e, com isso, melhorar a qualidade das decisões de marketing, vendas e operações que são impactadas por ele. Isto é, cada vez mais as empresas buscam integração de suas áreas funcionais, como marketing, logística e produção, e parcerias com clientes e fornecedores na tentativa de aprimorar o processo de planejamento da demanda, minimizando os custos logísticos, sobretudo o de estoque, e aumentando o nível de serviço. Iniciativas de S&OP (Sales and Operations Planning – Vendas e Planejamento de Operações) tem aparecido com frequência cada vez maior em publicações especializadas.

O aumento da complexidade nas organizações e no ambiente, com o crescimento da concorrência e da cobertura geográfica, aliado a busca por uma tomada de decisão sistemática, onde existem justificativas explícitas para decisões individuais, fez com que as empresas passassem a dar maior atenção ao processo de planejamento da demanda.

O planejamento da demanda desempenha papel de grande importância na coordenação dos fluxos de informação e de produtos físicos em uma empresa, tendo impactos relevantes no gerenciamento de marketing, na programação e controle da produção e nas operações logísticas. Algumas das principais decisões estratégicas e operacionais das empresas, tais como lançamento de novos produtos, definição de estratégias de distribuição, coordenação dos canais de distribuição, programação da produção e planejamento de capacidade, entre outras, são impactadas diretamente pelo planejamento da demanda.

Em linhas gerais, o processo de planejamento da demanda ocorre da seguinte forma: um conjunto de informações, que é constituído por dados históricos – vendas, preço e investimento em propaganda – e informações de mercado – conjuntura econômica, ações da concorrência e clientes, é processado através da análise estatística dos dados históricos e da interpretação gerencial das informações de mercado. Com isso, é gerada uma previsão de demanda futura que, então, será utilizada pelas áreas funcionais da empresa para tomada de decisão operacional e estratégica. Com o passar do tempo, as áreas funcionais aprendem com os erros do planejamento e geram, com isso, ganhos de experiência e conhecimento tácito, fundamentais para a melhoria da interpretação das informações de mercado. Descrevendo de forma mais detalhada e destacando as etapas de análise estatística dos dados históricos e interpretação gerencial das informações de mercado, temos um fluxo de atividades para o processo de planejamento da demanda conforme descrito na figura 2:



Figura 4 - Atividades do processo de planejamento da demanda

A área de Supply Chain (Cadeia de Suprimentos) – Planejamento de Demanda da Johnson & Johnson tem diversas responsabilidades como calcular o safety stock (estoque de segurança) e o desempenho de inventário, manter os parâmetros de planejamento precisos, planejar e executar de forma precisa a compra dos produtos para os pontos de venda na América Latina, analisar as informações e manter uma forte relação com os fornecedores com o objetivo de melhorar o serviço e reduzir custos como um todo.

O sistema JDE (J.D. Edwards Forecasting and Supply Planning) fornece a maioria das ferramentas para completar estas tarefas. Abaixo, na figura 3, pode-se visualizar menu principal do JDE utilizado pelos planejadores:

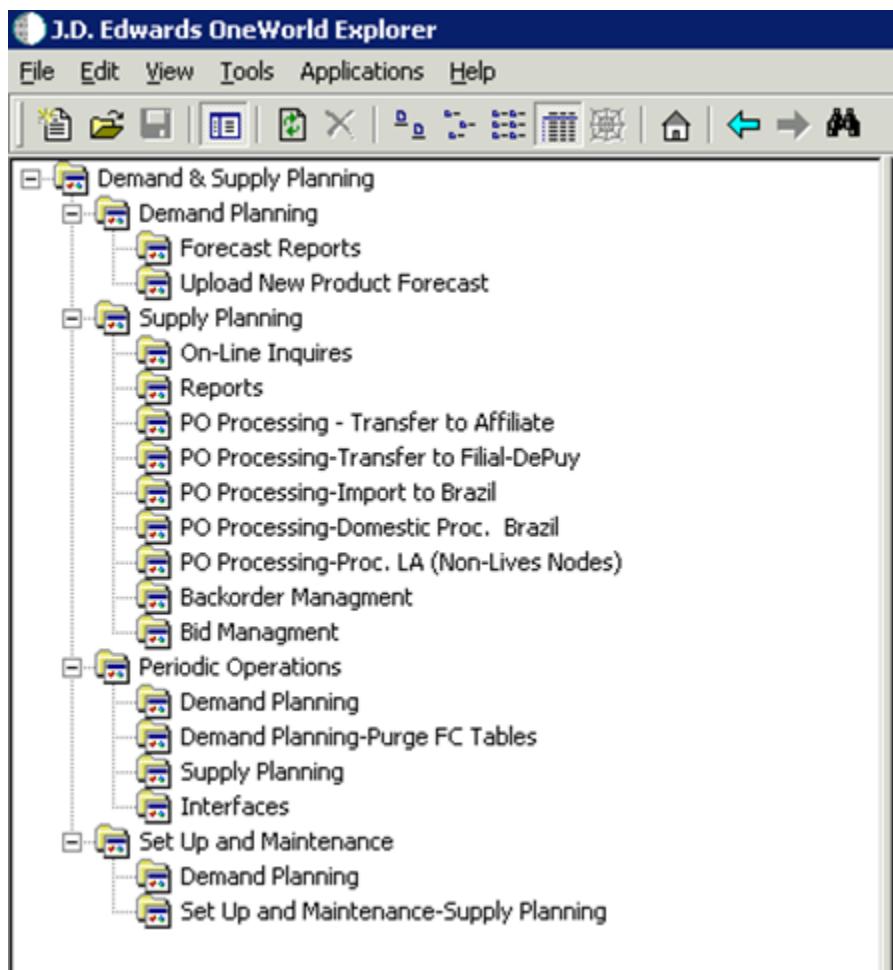


Figura 5: Estrutura principal do JDE.

Alguns termos são utilizados para o planejamento da demanda, entre eles, podemos encontrar:

1. Branch-Plant (ramificações) (BP): A Branch-plant no JDE representa a posição física onde o inventário está estocado. Há 6 tipos básicos de branch plants (ramificações) na configuração da América Latina: DC: Centro de distribuição (Distribution Center), CO: Consignação (consignment), BI: Licitações (BID), AS: Amostras (Samples)
2. Planning Family (Famílias do planejamento): É um grupo de produtos (códigos) que têm atributos de marketing similares.
3. Out Of Forecast (fora da previsão de vendas) : É uma demanda fora do forecast (previsão), é uma demanda histórica ou futura que não é parte do forecast (previsão) normal. Um exemplo deste tipo de forecast (previsões) são os BID's (licitações).
4. Consignment (Consignação): É o estoque fisicamente alocado no cliente. Para produtos novos, com crescimento projetado, o estoque deve ser previsto e mantido para alcançar o nível desejado.
5. Primary unit of measure (Primeira unidade de medida) : A menor quantidade possível que pode ser comprada, vendida ou estocada. No JDE, a unidade primária é EA.

3.2 Processo de Planejamento (Supply Chain Process)

O processo de planejamento é dividido em algumas principais etapas como:

- Cálculo DRP: Este processo é coração do cálculo de planejamento e considera todos os parâmetros como forecast(previsão), “on-hand situations” (ordens no estoque), ordens abertas, etc
- Geração de Mensagens: Os planejadores devem revisar as mensagens geradas pelo sistema em que ajustes podem ser feitos, caso necessário.
- Executar a ordem: Os planejadores devem, neste último passo, obter a informação de compra gerada pelo JDE e formata-a em uma ordem de compra e enviá-la para cada fornecedor, de acordo com o produto.

Na figura 4 **podemos** pode-se visualizar o fluxo do processo.

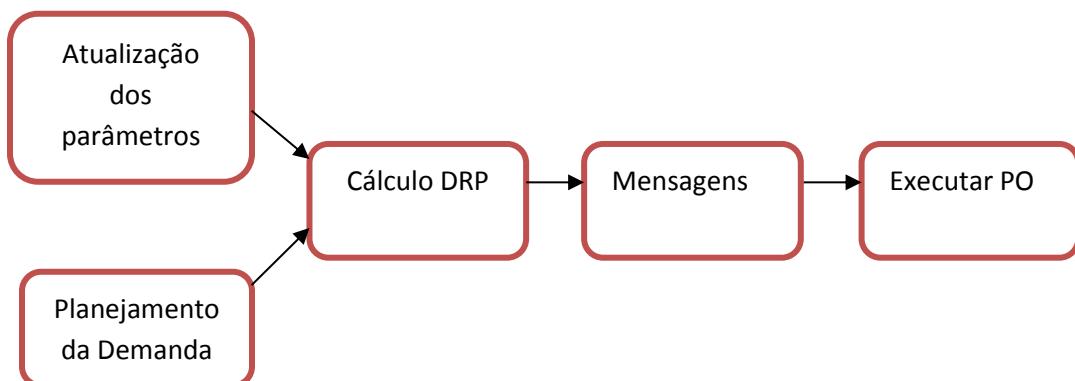


Figura 6: Fluxo do processo de planejamento

Sendo assim, as principais atividades realizadas tinham como objetivo suportar a equipe de Planejamento Regional da Johnson & Johnson Produtos Profissionais. Pode-se citar como exemplo: Publicação de métricas semanais como Consumo do Forecast (Consumo da Previsão), Purchase Plan (Plano de Compras) e relatório de backorder (ordens atrasadas), envio de ordens/pedidos às originadoras, planejamento de países como Panamá e Porto Rico; criação de códigos.

4. CONCLUSÃO

O Estágio propiciado pelo curso de Engenharia de Alimentos da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC conveniado a Johnson & Johnson Produtos Profissionais Ltda. constitui uma importante fase acadêmica, uma vez que complementou o conteúdo ministrado tanto nas aulas teóricas como práticas.

A inserção neste meio profissional permite vivenciar algo que ultrapassa o limite das salas de aula, ainda mais tratando-se de uma grande empresa .Outros pontos positivos de destaque foram: disponibilidade e empenho dos membros da equipe em todos os momentos e excelente relacionamento interpessoal, uma vez que todos foram muito receptivos.

Desta maneira, acredito que o estágio foi completo, produtivo e enriquecedor devido ao ambiente profissional que Johnson & Johnson oferece e pelo contato com diversas áreas da empresa.

5. BIBLIOGRAFIA

MENTZER, J. T.; MOON, M. A. Understanding Demand. Supply Chain Management Review, v. 8, n. 4, p. 38, may/jun. 2004.

VICS (Voluntary Interindustry commerce standards). Collaborative planning, forecasting and replenishment. Voluntary Guidelines. Disponível em <http://www.cpfr.org>. Acesso em: 28 de abril de 2004.

WANKE, P. F.; ZINN, W. Strategic Logistics Decision Making. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, v. 34, n. 6, p. 466-478, 2004.

Rozo, Rodrigo “CPFR – planejamento colaborativo: em busca da redução de custos e aumento do nível de serviço nas cadeias de suprimentos” Revista Tecnologística, Novembro/2000, 60, pp.60-66.

Crum, C. e Palmatier, G. “Demand collaboration: what’s holding us back?” Supply Chain Management Review, Janeiro/Fevereiro 2004, 8 (1).

Fliedner, Gene “CPFR: an emerging supply chain tool” Industrial Management + Data Systems, 2003.

Grocery Manufacturers of America (GMA) CPFR Baseline Study – Manufacturer Profile KJR Consulting: Washington/2002.

Lapide, Larry “Sales and operations planning part I: the process” The Journal of Business Forecasting Methods & Systems, Fall 2004, 23 (3).

Mentzer, John e Moon, Mark “Understanding demand” Supply Chain Management Review, Maio/Junho 2004.

Ribeiro, Aline “O CPFR como mecanismo de integração da cadeia de suprimentos: experiências de implementação no Brasil e no mundo” Revista Tecnologística, Julho/2004, 104.

Roberts, Simon “CPFR can work – but don’t get hung up on the dogma” Frontline Solutions, Junho 2003.

Wanke, Peter “Uma revisão dos programas de resposta rápida: ECR, CRP, VMI, CPFR, JIT II” Revista Tecnologística, Junho/2004.