



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
Tropical Mix

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
TROPICAL MIX

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA – PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA – PROF. DANILO MORAIS
DOVAL

Estudantes:

Luis Carlos Perucci, RA 18000851

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA.....	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR.....	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	8
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO.....	13
3.1.4 MISSÃO, VISÃO E VALORES	15
3.1.5 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO.....	16
4. CONCLUSÃO.....	17
REFERÊNCIAS	18

1. INTRODUÇÃO

O trabalho a ser apresentado busca fazer melhorias na logística da empresa Tropical Mix Aguai, sendo esta uma sorveteria da cidade de Aguai SP, o projeto será focado na parte de produção e armazenagem de produtos. Buscaremos localizar na parte de produção pontos no qual está se perdendo tempo, trazendo sugestões de melhorias para poder aumentar a produção.

Como embasamento para elaborar esse projeto temos BRAINSTORMING EMPRESARIAL, também conhecido por “chuva de ideias” essa técnica é usada com o intuito de gerar um grande número de ideias em um curto espaço de tempo.

Quando o brainstorming se torna um hábito, fica mais fácil para os colaboradores (e para os próprios líderes) antecipar tendências de mercado e atacar os problemas, usando a colaboração e a criatividade.

Esse plano de negócios tem como objetivo apresentar os estudos e análises de criação do sorvete é uma empresa que está chegando ao mercado com o propósito de inovar, criar e melhorar o que já existe nesse seguimento, atuando no ramo alimentício. Este projeto tem como foco a produção de sorvetes, sendo os sabores: creme de leite, morango, chocolate, dentre outros. Além de sorvetes a Tropical Mix também produz e sucos e diversos outros alimentos, com os objetivos de satisfazer o bem-estar do cliente. O mercado em que a Tropical Mix pretende atuar é composto basicamente por pessoas com tolerância a lactose e glúten; mas também se direciona a aqueles que procuram uma alimentação saudável ou devam seguir um regime de baixa caloria. A estrutura da empresa será simples dentro dos padrões modernos de qualidade.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Razão social: Wellington Rafael de Moura Carlos 35408614832 MEI

Endereço: Rua Treze de Maio, 890, Parque Miguelito Aguaí SP.

CNPJ: 22.609.396/000101

Visão - Ser uma empresa líder no mercado de fabricação e distribuição, ser a empresa que mais oferece produtos variados e inovadores no bem-estar do consumidor. Atingir o ápice no desenvolvimento profissional e pessoal dos colaboradores, manter a imagem de transparência e preocupação com o meio ambiente.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

O objetivo principal para esse trabalho será desenvolvido de acordo com essa matéria, assim sendo para o desenvolvimento de um processo de melhoria, portanto será feito abaixo um levantamento das principais preocupações da empresa, sugestões de melhorias e um desenvolvimento de processo contínuo a ser desenvolvido na empresa

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

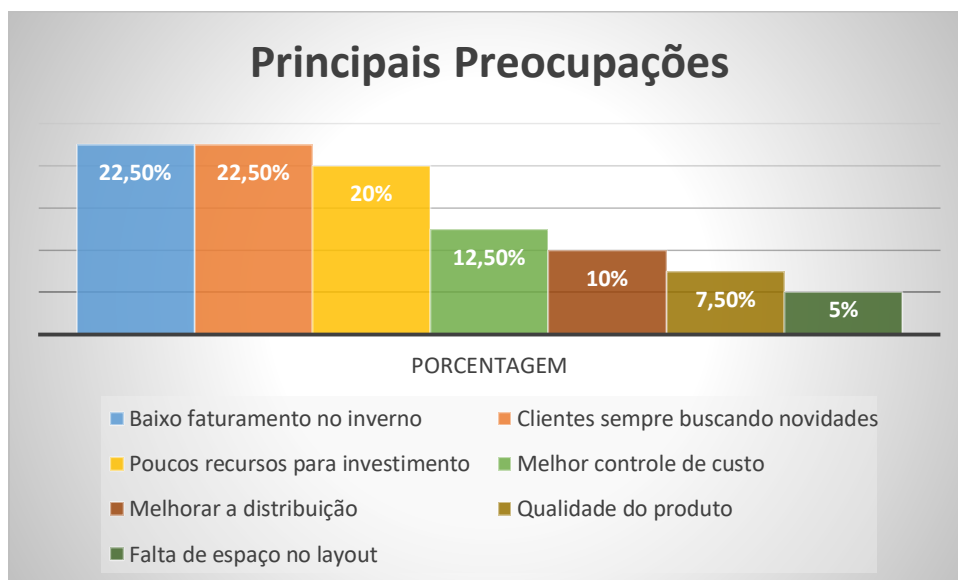
Um levantamento para saber em que áreas da empresa ela necessita de melhoria e tentar sanar os problemas que correspondem a mais de 80% de preocupações que ocorre na empresa. Foi feita uma pesquisa com 4 pessoas e foram atribuídos o peso de 0 a 3 pontos para cada um dos itens, a cada item apresentado o entrevistado atribuía uma nota. Segue tabela com os itens levantados:

Dados	Quantidade	Q. acumuladas	Porcentagem	% acumulada
Baixo faturamento no inverno	9	9	22,5%	22,5%
Clientes sempre buscando novidades	9	18	22,5%	45%
Poucos recursos para investimento	8	26	20%	65%
Melhor controle de custo				

	5	31	12,5%	77,50%
Melhorar a distribuição	4	35	10%	87%
Qualidade do produto	3	38	7,5%	95%
Falta de espaço no layout	2	40	5%	100%
Total	40	40	100%	100%

De acordo com o levantamento feito pode se definir como os principais problemas apontados estão na ordem: Baixo faturamento no inverno, clientes buscando novidades, poucos recursos para investimento e controle de custos assim definimos o gráfico para melhor compreensão:

Gráfico 01:



Brainstorming

De acordo com as informações que foram levantadas em pesquisa a cima, e em reunião com os membros da empresa, ficou estabelecido em que seria necessário elaborar um Brainstorming a fim de encontrar soluções práticas para as duas maiores preocupações da empresa, sendo elas: Baixo faturamento no inverno e Clientes buscando novidades.

Reunindo toda a equipe para se fazer o levantamento de informações para busca de melhoria onde todas poderiam opinar com ideias e sugestões sejam quais forem, podemos aproveitar a seguinte citação:

“Não existem respostas certas ou erras, mas pontos de vista. Por favor divida o seu ponto de vista mesmo ele sendo diferente dos que já tenham sido expostos. Nós estamos justamente interessados em comentários tanto positivos quanto negativos, e em algumas situações, os comentários negativos auxiliam mais intensamente. ” (Krueger, 1994)

Segue tabela com 9 sugestões apuradas no brainstorming:

Fazer super promoções.
Aumentar vendas de Pão de queijo e salgados.
Aumentar o número de propagandas em rádio.
Mudar o local da empresa para outro bairro da cidade.
Produzir novos tipos de sorvetes.
Priorizar vendas de batatas recheadas.

Redecorar o ambiente da empresa.
Distribuir brindes nas compras.

Dentre as principais sugestões de melhoria a empresa optou por priorizar dois itens “Produzir novos tipos de sorvetes

” e “Priorizar vendas de batatas recheadas”.

A princípio para sanar o problema de baixo faturamento do inverno a empresa vai priorizar a venda de batatas recheadas no período, e paralelo a isso a empresa vai começar a desenvolver novos produtos e para isso desenvolverá o método de PDCA.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

A empresa Tropical Mix não possui nenhum controle de entrada e saída de caixa, e também não tem base de quanto deve vender para conseguir arcar com todas as despesas fixas. Foi apresentado os cálculos dos Pontos de Equilíbrio (Contábil, Econômico e Financeiro), e assim foi encontrado a base de todos os custos que a empresa tem mensalmente para a venda dos produtos, ou seja, custos variáveis, despesas variáveis e por fim os custos fixos.

Investimentos Inicial

A empresa teve seu início com investimento de R\$10.000,00 (dez mil reais) no início do projeto de montagem da empresa. Este valor foi inserido na compra de máquinas, moveis e matéria prima.

Máquinas e equipamentos

A empresa conta com quatro máquinas e três freezers, valores estimados de nove mil reais. Segue descrição das máquinas e equipamentos:

Quant	Descrição	Valor estimado
01	Liquidificador industrial (comprado novo)	R\$ 750,00
01	Maquina produtora de picolés/ massa (comprada usada)	R\$ 7.500,00
01	Seladora automática para embalagem (comprada seminova)	R\$ 900,00
01	Maquina produtora de sorvete soft Italianinha (comprada usada)	R\$ 8.000,00
04	Freezer tampa de vidro 450 litros (um novo e três usados)	R\$ 3.600,00

Móveis e utensílios

A empresa possui diversos objetos dentre os quais segue lista com valores mais significativos.

Quant	Descrição	Valor estimado
04	Jogo de mesa e cadeira	R\$ 700,00
01	Geladeira duplex	R\$ 600,00
04	Prateleira e balcão (sendo 3 prateleira e 1 balcão)	R\$ 450,00
06	Carrinho térmico para venda de picolés	R\$ 2.500,00
02	Batedores de milk-shakes	R\$ 600,00

Veículos

A empresa não possui veículo próprio.

Custos e Despesas

De acordo com levantamento feito, a empresa possui:

- Total dos custos variáveis

Para 5000 picolés, 2000 potes de massa e 50 kg de açaí

Item	Valor	Item	Valor
Palito para picolés	110,00	Leite para sorvete Soft	250,00
Preparo pó para picolés	500,00	Copo para açaí	50,00
Preparo pó para massa	200,00	Colher para açaí	35,00
Preparo pó par soft	120,00	Cobertura para massa	98,00
Barro para açaí	450,00	Embalagem	300,00
Embalagem para picolé	90,00	Eletricidade	350,00
Embalagem para massa	110,00	Mão de obra variável	500,00
Casquinha para sorvete soft	32,00	Leite p/ sorvete massa	500,00
Potes para massa	75,00	Leite para Picolés	500,00
Pazinhas para massa	15,00	Total	4.285,00

- Total das despesas variáveis

Item	Custo mensal
Impostos	50,00
Encargos	150,00
Total	200,00

- Total dos custos fixos

Item	Custo mensal
-------------	---------------------

Mão de obra	880,00
Aluguel	800,00
Propagandas	100,00
Água	40,00
Depreciação	400,00
Total	2.220,00

Cálculos dos pontos de equilíbrio para produção mensal de 5.000 picolés, vendidos a R\$ 1,00 cada.

As produções dos picolés representam 45% sobre os custos fixos da empresa.

Custos Fixos	R\$ 2.220,00
Custos Fixos Picolés CF x 45%	R\$ 999,00
Custo Variável	R\$ 2.350,00
Despesa Variável	R\$ 200,00
Quantidades Produzidas	5.000 picolés
Custo unitário	R\$ 1,00
Margem de contribuição	R\$ 0,49

Produção do mês 5.000 unidades

Preço de venda por unidade.....R\$ 1,00

Calculo dos pontos de equilíbrio

- Ponto de Equilíbrio Contábil (PEC)

PEC= CF+DF/Margem de contribuição= 2.039 picolés

Venda	2.039,00	x R\$ 1,00	2.039,00
Custo variável	2.039,00	x R\$ 0,51	-1.040,00

Margem de contribuição	2.039,00	x R\$ 00,49	-999,00
Resultado			0

Considerando a análise do cálculo acima, a empresa precisa vender 2.039 picolés à R\$ 1,00 para conseguir arcar com todas as despesas e custos fixos, para assim não ter prejuízo contábil.

Dentre as estratégias sugeridas, a empresa começará a buscar por fornecedores com preços menores para ter uma redução nos custos fixos do produto.

- Ponto de Equilíbrio Econômico (PEE)

$$PEE = (CF+DF) + \text{Lucro desejado} / \text{Margem de contribuição} = 5.081 \text{ picolés}$$

Cálculo de Ponto de Equilíbrio Econômico para um lucro de R\$ 2.000,00.

Venda	5.081,00	x R\$ 1,00	5.081,00
Custo variável	5.081,00	x R\$ 0,51	-2.591,00
Margem de contribuição	5.081,00	x R\$ 0,49	-490,00
Resultado			2.000,00

Para ter o lucro desejado de R\$ 2.000,00, a empresa precisa vender no mês 5.081,00 picolés.

- Ponto de Equilíbrio Financeiro (PEF)

$$PEF = (CF+DF) - \text{Não desembolsáveis} / \text{Margem de contribuição} = 1.222 \text{ picolés}$$

Venda	1.222,00	x R\$ 1,00	1.222,00
Custo variável	1.222,00	x R\$ 0,51	-623,00
Depreciação			-400,00
Margem de contribuição	1.222,00	x R\$ 00,49	-599,00
Resultado			-400,00

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

O processo de PDCA par melhoria no desenvolvimento dos novos produtos, segue abaixo como ocorrerá a implantação do projeto.

PLAN

1) Identificação

Foi identificado que as vendas em tempos aleatórios caem depois de um período de auge de vendas, quando o produto fica saturado no mercado.

2) Observação

O que foi observado através de pesquisa que o produto tradicional deixa de ser atrativo ao público e por isso será necessário a empresa inovar e colocar um novo tipo de produto no mercado.

3) Análise

Analisando o mercado de modo geral pode se dizer que o melhor período para lançamento de um novo produto é no início de alta temporada ou seja em agosto, o que nos permite estipular um prazo de 90 dias para o lançamento oficial do produto.

4) Plano de ação

Primeiramente será feito um treinamento na cidade de Santa Rosa do Passa Quatro – SP onde um dos fornecedores da empresa disponibiliza alguns treinamentos a parceiros. Após serão realizados os lotes pilotos e servidos aos clientes para avaliação e mediante aceitação encaminhados para vendas.

5) **Ação**

Primeiro o treinamento será realizado pelo Fornecedor ocorrerá entre um e três dias de acordo com a disponibilidade, um membro da empresa seguirá até a cidade de Santa Rosa do Passa Quatro e aprenderá sobre as novas tendências do mercado para o próximo verão. Após o treinamento será solicitado a compras de insumos necessários ao desenvolvimento do produto novo no caso a Trufa de Sorvete.

CHECK

6) **Verificação**

Após os 30 primeiros dias do processo será feita uma verificação sobre a aceitação do produto, se obtiver uma aceitação positiva será elaborado novos sabores em lote piloto para uma nova bateria de validação que ocorrerá nos 30 dias seguintes, nesta pesquisa será avaliado quais sabores potenciais para serem comercializados.

ACTION

7) **Padronização**

Após os 60 primeiros dias e com o resultado de aceitação do público irá ser desenvolvido o processo de produção, no qual será estabelecido os dias referentes a

produção, quais as embalagens a serem utilizadas, a forma de armazenamento, e definido os valores de venda.

8) **Conclusão**

Após todo desenvolvimento o produto será posto em venda e será divulgado de acordo com o plano de marketing já estabelecido e será antes de mais nada aguardar a receptividade dos consumidores para se ter um resultado final de todo processo.

3.1.4 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Visão - Ser uma empresa líder no mercado de fabricação e distribuição, ser a empresa que mais oferece produtos variados e inovadores no bem-estar do consumidor. Atingir o ápice no desenvolvimento profissional e pessoal dos colaboradores, manter a imagem de transparência e preocupação com o meio ambiente.

Valores

- Qualidade
- Agilidade de entrega
- Colaboradores preparados
- Credibilidade

3.1.5 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Visão –manter o que já se tinha previsto, em ser uma empresa líder no mercado de fabricação e distribuição, ser a empresa que mais oferece produtos variados e inovadores no bem-estar do consumidor. Atingir o ápice no desenvolvimento profissional e pessoal dos colaboradores, manter a imagem de transparência e preocupação com o meio ambiente.

-

4. CONCLUSÃO

O Projeto desenvolvido nesse semestre proporciona um crescimento profissional entre os alunos e uma nova visão para empresa que passou a implantar a metodologia em seu processo produtivo, assim a empresa pode ter um melhor controle do seu custo como também elaborar novas maneira para seu controle produtivo.

A empresa poder planejar o desenvolvimento de cada novo produto lançado e também se reorganizar no layout para agilizar todo processo. Ter uma visão sistêmica do seu estoque de como distribui-lo adequadamente.

Para os alunos o conhecimento de como funciona todo o processo organizacional e a logística que coordena o todo, proporciona uma capacitação tanto no desenvolvimento técnico como no comportamental e atitudinal.

REFERÊNCIAS

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 2. ed. SP: Atlas, 1991.

LAKATOS, Eva e Marconi, Marina. **Metodologia do Trabalho Científico**. SP: Atlas, 1992.

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia Científica. Guia para eficiência nos estudos**. 4. ed. SP: Atlas, 1996.

SÃO PAULO. (Estado). Secretaria do Meio Ambiente. Tratados e organizações ambientais em matéria de meio ambiente. In: Entendendo o meio ambiente. São Paulo, 1999. v. 1. Disponível em: <<http://www.bdt.org.br/sma/entendendo/atual.htm>>

SILVA, M.M.L. Crimes da era digital. NET, Rio de Janeiro, nov.1998. Seção Ponto de Vista. Disponível em <<http://www.brasilnet.com.br/contexts/brasilvistas.htm>>