



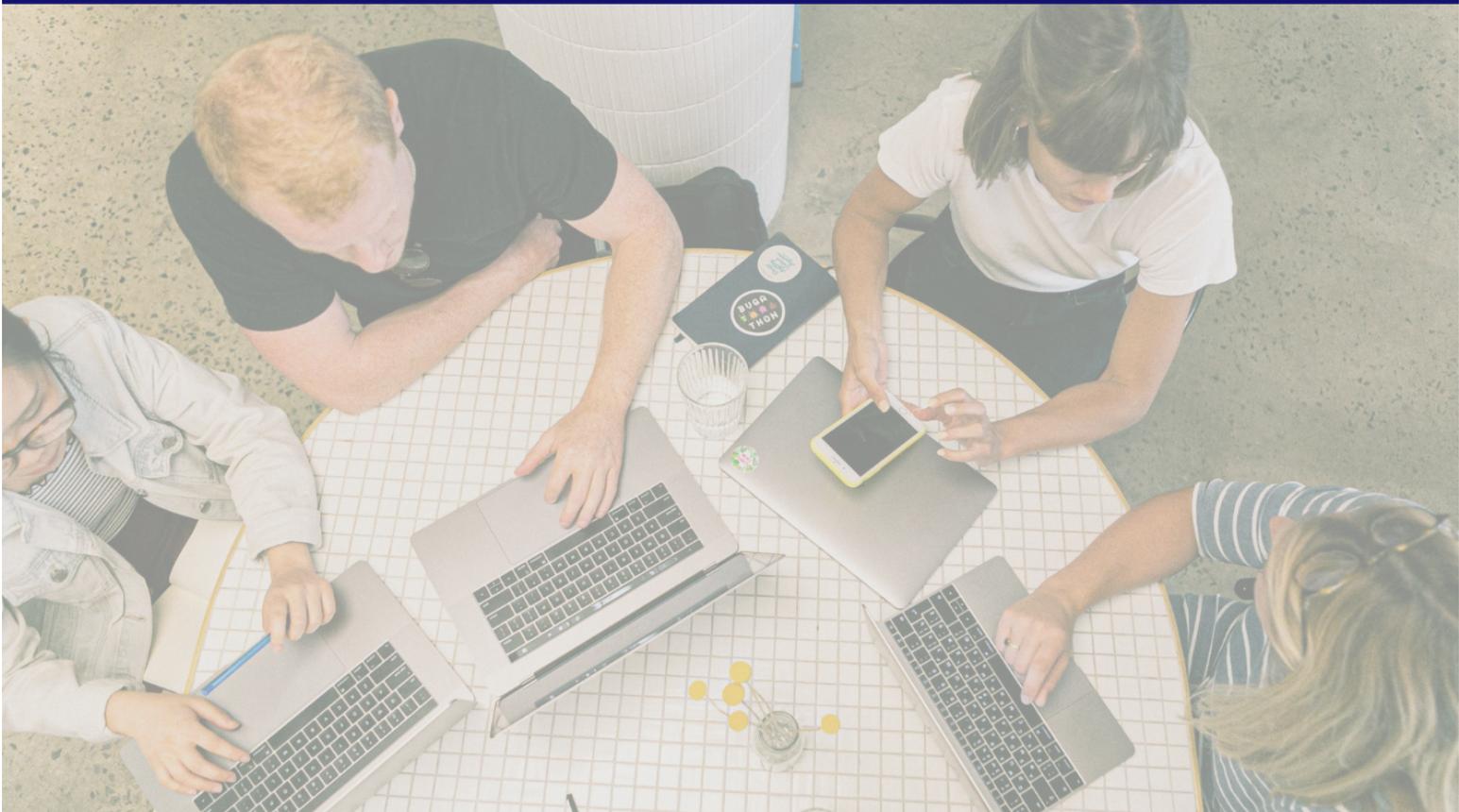
UNifeob

ESCOLA DE NEGÓCIOS



2022

PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO DE EXTENSÃO

ADMINISTRAÇÃO DE PRODUÇÃO

SABOR DE FAMÍLIA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MAIO 2022

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO DE EXTENSÃO

ADMINISTRAÇÃO DE PRODUÇÃO

Sabor de Família

MÓDULO DE ADMINISTRAÇÃO DE PRODUÇÃO

Gerenciamento de Projetos e Processos – Prof. Celso Antunes de Almeida Filho

Gestão Estratégica de Custos – Prof. Rodrigo Simão da Costa

Administração de Produção – Prof. Thiago Nogueira

Logística Integrada – Prof. Elaina Cristina Paina Venâncio

Projeto de Gestão Estratégica - Prof. Dirceu Fernandes Batista

Alunos:

Aline Pereira Rosa, RA 19001245

Débora Hellen Dos Reis, RA 20001583

Marianne De Lima Martins, RA 19000912

Mentor: Juliana Gonçalves Dias, RA 21000622

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
MAIO 2022

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 DESENVOLVIMENTO DOS TRABALHOS	6
2.1 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	6
2.1.1- CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS	7
2.1.2- PORTFÓLIO DE PRODUTOS	9
2.1.3- CARACTERIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO	10
2.2 MELHORIA NO(S) PROCESSO(S)	13
2.3 ANÁLISE FINANCEIRA	15
3 CONCLUSÃO	19
4 REFERÊNCIA	20
5 ANEXOS	21

1 INTRODUÇÃO

Dados da Euromonitor internacional, apontam que setor de alimentos saudáveis cresceu 33% em todo o País entre os anos de 2015 e 2020, com isso o Brasil é o 7º no mundo no mercado de alimentos e bebidas saudáveis. Além disso, essa indústria alcançou a marca de R \$100,2 bilhões em 2020 e, até 2025, o setor deve crescer mais 27%.

Conseqüentemente para que se tenha um bom resultado é necessário ter um planejamento logístico. Para Ballou (2006) *“o planejamento logístico busca responder a perguntas que são constantes no ramo como: o quê, quando e como. Essas perguntas se desenvolvem em três níveis que são conhecidos como níveis: estratégico, tático e operacional, em que se diferem entre si apenas pelo horizonte temporal do planejamento, onde o estratégico é considerado de longo prazo, o tático tem um tempo intermediário e o operacional é um processo decisório de curto prazo com decisões tomadas diariamente. Cada nível de planejamento possui particularidades específicas e que devem estar em sintonia com os processos.”*

Programando melhorar o seu negócio e alcançar os seus objetivos, a franquia Sabor de Família vem buscando melhorias em todo seu processo, reconhecendo seus problemas que dificultam o andamento.

O objetivo do nosso grupo é analisar os erros da gestão, analisar as partes contábeis, logística e financeiras e escolher as melhores estratégias para que grandes prejuízos não venham ser gerados, o alinhamento e a clareza gerada por objetivo bem definidos ajudaram o empresário a direcionar seus esforços naquilo que é mais importante para sua organização.

2 DESENVOLVIMENTO DOS TRABALHOS

2.1 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A Franquia Sabor de Família foi concedida na data de 15 de Outubro de 2021 e está localizada na cidade de São João da Boa Vista, interior de São Paulo, na rua Doutor Durval Nicolau - 1016, Bairro Jardim Nova São João. Inscrita sob o número de CNPJ: 43.886.114/0001-93 e razão social: Anita Cristina Matiello. A empresa vem se tornando referência na linha de comida congelada destinada a pessoas que buscam, ao mesmo tempo, uma alimentação saudável e prática. A mesma encontra-se franqueada pela marca Sabor de Família. A matriz situa-se na cidade de Cravinhos - SP, atendendo as demais franquias da região. Seus pratos atendem diversos públicos tendo uma diversificação de produtos em seu cardápio. Hoje o mesmo trabalha por meio de aplicativos em horário comercial. No seguimento sendo assim seus principais concorrentes são os restaurantes da cidade que entregam marmitas tanto congeladas quanto feitas na hora. Na cidade de São João da Boa Vista não possui nenhum estabelecimento a não ser mercados e mercearias que possuem marmitas congeladas, sendo assim sua vantagem competitiva no mercado alimentício da cidade. Seus produtos possuem uma validade de 6 meses, sendo fabricados sempre de acordo com as necessidades buscando manter sempre a qualidade de seus produtos. A empresa hoje trabalha com o método delivery e retirada no balcão. Seu principal meio de venda é o aplicativo Ifood, no qual realiza entregas durante toda a semana, inclusive finais de semana das 11:00 às 19:00.

2.1.1- CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

A cadeia de suprimentos nas organizações hoje é de grande importância, pois nela conseguimos projetar os objetivos e logísticas que a empresa precisa para dar um maior desenvolvimento aos processos práticos otimizando e maximizando os resultados proporcionando mais foco e direcionamento nas atividades da empresa.

A cadeia é composta pelas seguintes atividades conforme descrição abaixo:

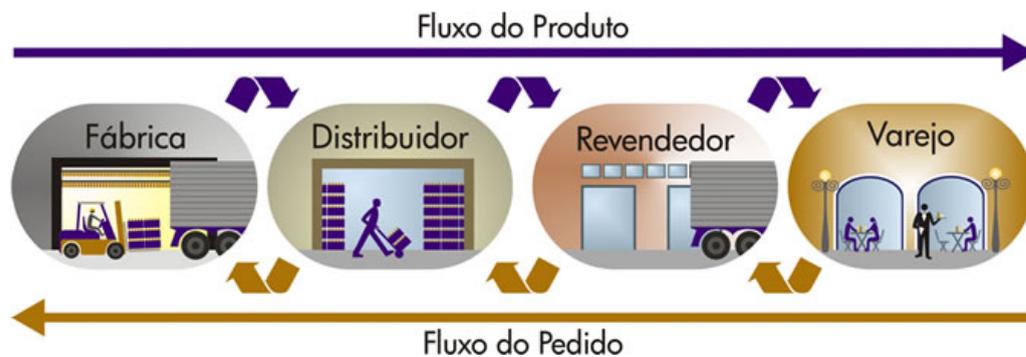
- **Fornecedor:** A matriz fica localizada na cidade de Cravinhos, onde a mesma fornece todas as suas mercadorias para as demais filiais na região. A produção é liderada pelo chef e gastrônomo Caio Vieira, que é responsável por toda a produção das marmitas e do controle de qualidade, bem como pela elaboração de novos pratos. A marca sabor de família tem um cardápio bem amplo com várias diversificações, buscando atender grande parte da sua clientela. Por mais que seus produtos sejam congelados, a empresa possui uma alta qualidade e tecnologia de ponta no processo de congelamento dos produtos, procurando entregar com muita qualidade seus produtos.

- **Suprimentos:** Atualmente a marca trabalha com a linha de produtos: Tradicional e Equilíbrios, sendo diferenciada por sempre buscar ingredientes menos calóricos e mais saudáveis no seu preparo. No que se refere às compras, a ação é realizada de acordo com o que vai se expirando (mais precisamente de 15 em 15 dias), posto que a entrega da franquia é rápida. Ao receber os produtos, é feita a retirada do caminhão até os freezers pelo próprio entregador, efetuando a conferência das mercadorias e quantidades, (neste momento o gestor registra as datas de validade no papel para depois passar para o sistema). Logo após é disponibilizado a nota fiscal e o empresário realiza a baixa na mesma, passando as devidas informações para o sistema do computador. Vale ressaltar que com relação às bebidas, ele precisa lançar manualmente as quantidades, pois como deriva-se de um fardo, é necessário fracionar.

- Distribuição: A organização dos freezers externos é feita em conformidade com o cardápio (na mesma sequência), para que facilite na hora da procura pelo cliente. Os pratos são enfileirados dentro do freezer com a ordem de validade mais antiga para frente e os com validade distante para o fundo. Na fileira de cada um há uma etiqueta com a foto do prato, nome, peso e valor (colorido). Essa estruturação é feita com o tanto de produto que os freezers suportam, com relação aos que não couberam, eles perfazem a realocação para os freezers internos (possuem dois: um de 300 litros e outro de 580 litros).

- Vendas: Para que o cliente possa realizar seus pedidos a empresa trabalha com as vendas através de aplicativo e também com a venda pessoal no estabelecimento. Suas entregas são realizadas em toda a cidade por motoboy em horário comercial. A entrega é realizada em domicílio com uma taxa fixa de R\$4,99. O pagamento atualmente é feito somente via cartão, pois a entrega é feita por freelancer, sendo assim ele não consegue ter o retorno do dinheiro após a entrega. Suas vendas estão sendo positivas, e sua clientela vem crescendo com o passar do tempo. O proprietário vem se dedicando em melhorar cada dia mais suas vendas e entregas para atender melhor seus clientes.

Abaixo fluxo da cadeia de suprimentos:



2.1.2- PORTFÓLIO DE PRODUTOS

A empresa trabalha com a revenda de marmitas fitness, com um cardápio, voltado para a melhoria do bem estar e saúde, a mesma oferece diversos produtos em seu cardápio, como: pratos principais, refeições completas, acompanhamentos, molhos, salgados, suco detox, sobremesas, caldos e cremes.



LINHA EXECUTIVE (400G)	
1	Abobrinha Recheada R\$18,20 <i>Acompanha arroz branco e batata palha</i>
2	Almôndega ao molho de Tomate R\$20,70 <i>Acompanha arroz branco e milho verde refogado</i>
3	Baby Beef à Parmegiana R\$25,90 <i>Acompanha arroz branco e ervilhas frescas refogadas</i>
4	Bife à Rolê R\$28,00 <i>Acompanha arroz branco mandioca ao alho e ervilhas frescas refogadas</i>
5	Carne ao Molho de Cerveja Preta R\$27,60 <i>Acompanha arroz caipira e mandioca cozida</i>
6	Costelinha de Porco Assada R\$22,80 <i>Acompanha arroz branco, tutu de feijão e couve refogada</i>
7	Feijoada R\$16,50 <i>Acompanha arroz branco, farofa e couve refogada</i>
8	Filé de Frango à Milanesa R\$18,20 <i>Acompanha arroz branco e creme de milho</i>
9	Filé de Peixe à Milanesa R\$24,90 <i>Acompanha arroz branco e bobó de legumes</i>
10	Frango à Parmegiana R\$17,50 <i>Acompanha arroz branco e batata palha</i>

Nossos ícones te auxiliam na escolha do prato ideal:

					
Maior aceitação por crianças	Vegetariano	Sem lactose	Sem açúcar	Sem glúten	Low Carb

*Todos os pratos podem conter traços de glúten e lactose

Fonte: Cardápio Sabor de Família;

Para conferir o cardápio completo, acesse o link anexo.

2.1.3- CARACTERIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO

Para que haja uma boa estrutura organizacional é necessário transformar os processos e entender como os mesmos são formados, ou seja, compreender e implementar técnicas de gestão para produzir bens e serviços. Um de seus principais objetivos é agregar valor à entrega final, a fim de organizar os recursos disponíveis para atender as necessidades dos clientes.

Em vista disso, foram verificadas as operações do dia-a-dia da empresa. O horário de abertura do comércio é às 09:30 da manhã, mas sua colaboradora, Maria Eduarda, costuma chegar mais cedo para organizar e limpar o ambiente, seguidamente o empresário chega e eles fazem a checagem de produtos, localizam o que está faltando e repõe conforme necessidade. A funcionária fica no atendimento e o empresário no escritório averiguando as datas de vencimentos dos produtos e os boletos a serem pagos, auxiliando nos deliveries e quando a Maria está em seu horário de almoço, ele fica no atendimento também.

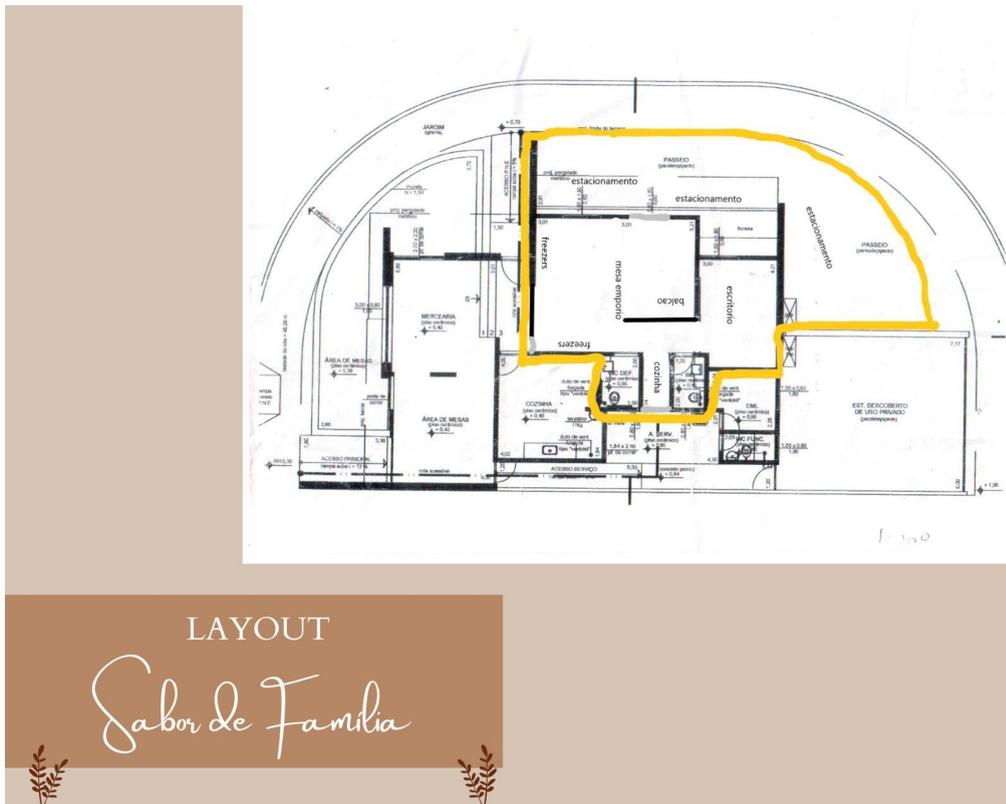
Com base em todos os fatos citados acima, no que diz respeito ao prazo de validade, analisamos que não há problema com o prazo em si, mas sim com a dinâmica, isto é, precisam de uma forma mais rápida e prática para verificar o que está prestes a vencer, já que se ele não entrar no sistema manualmente e ver, há uma perda de tempo para colocar o produto em promoção e vender antes que o mesmo vença. No estoque interno, ele deseja conseguir deixar os produtos que são da mesma família juntos, ou seja, organizar seus produtos no freezer por linhas (linha executive, body fit, lasanhas, caldos e cremes, carnes, sucos, pizzas, etc), pois hoje em dia o estoque desses utensílios são bagunçados e misturados.

Após conversas com o empresário, foram considerados alguns pontos fortes e fracos encontrados na Sabor de Família:

<i>Pontos Fortes</i>	<i>Pontos Fracos</i>
1 - Produto de qualidade	1 - Tempo de entrega
2 - Única empresa com esse tipo de negócio na região	2 - Frete alto

3 - Exclusividade e variedade de produtos	3 - Parte administrativa (operacional: finanças, fluxo de caixa)
4 - Sistema completo da franquia	4 - Não ter domínio com o programa da empresa
	5 - Estocagem

- Abaixo Layout da Sabor de Família:





Como o layout da empresa é interligado com a franquia, não é possível modificar a fachada, visto que isso faz parte das normas. Entretanto, as franquias se beneficiam por terem uma identidade visual e layouts iguais em todas as unidades franqueadas. Isso faz com que clientes se sintam bem-vindos e confortáveis de consumir produtos e serviços em qualquer unidade da rede.

Já na parte interna da empresa, verificamos que a organização possui dois freezers, sendo um de 300 litros e outro de 580 litros. O empresário reclamou que o espaço está ficando pequeno, dificultando a organização dos produtos, por isso, há uma necessidade de fazer uma troca do freezer menor por dois freezers de 580 litros, podendo assim otimizar o espaço, já que mudar de ambiente, por hora, não é uma opção.

2.2 MELHORIA NOS PROCESSOS

Segundo Oliveira (2007, p.15) *“o processo de tomada de decisão possui níveis que ao longo da hierarquia organizacional e dos fluxos de informações, podem se articular com os três níveis do planejamento. O mesmo menciona três tipos de planejamento: o estratégico que é utilizado no processo decisório a longo prazo, o tático para decisões de curto prazo e por fim o planejamento operacional, responsável pelas decisões operacionais de curto prazo. Cada nível de planejamento possui uma função crucial no processo decisório, compondo o corpo da organização na contribuição para o alcance dos objetivos traçados pelo gestor.”*

Após toda a análise estrutural e logística da empresa, foi desenvolvido um Plano Estratégico com ações para melhoria da mesma, contendo o propósito de alinhar e obter um direcionamento claro do que deve ser desempenhado, podendo assim definir o que é e não é necessário na instituição. Desta forma, para que o empresário possa realizar os processos de acordo com a importância, alinhamos os pontos principais com necessidade do alcance imediato, sendo eles: vencimento dos produtos, reunião com a franquia, frete e separação dos melhores produtos/mais vendidos no mês.

Observamos que a franquia não vem entregando os pedidos corretamente, devido a falta de comunicação com a empresa (além do aumento do frete, em razão de que o empresário não sabe realizar a quantidade de produtos necessários mensalmente). Além de que o empresário não consegue acompanhar os vencimentos dos produtos e nem mesmo os seus lucros e custos, isto é, a parte financeira da sua empresa. Há também divergências com o motoboy contratado pelo gerente, já que o mesmo não aceita receber dinheiro dos clientes.

Levando em consideração o porte da companhia e seu capital, foi levantadas as principais estratégias pensadas para a melhoria das partes agravadas da empresa a curto prazo, como implantar o aplicativo BEEP, que elimina todo o gerenciamento manual com uma solução completa para todas as datas de vencimento de produtos, onde há o recebimento de notificações por push antes de o produto atingir o vencimento.

A contratação de uma empresa terceirizada seria de extrema utilidade, para que a Sabor de Família consiga realizar as entregas na cidade e região, pois todas as questões seriam formalizadas por contrato, assim como: Shipp que é Plataforma digital que presta serviço de entrega. De modo que o usuário entra no app e pode selecionar produtos do

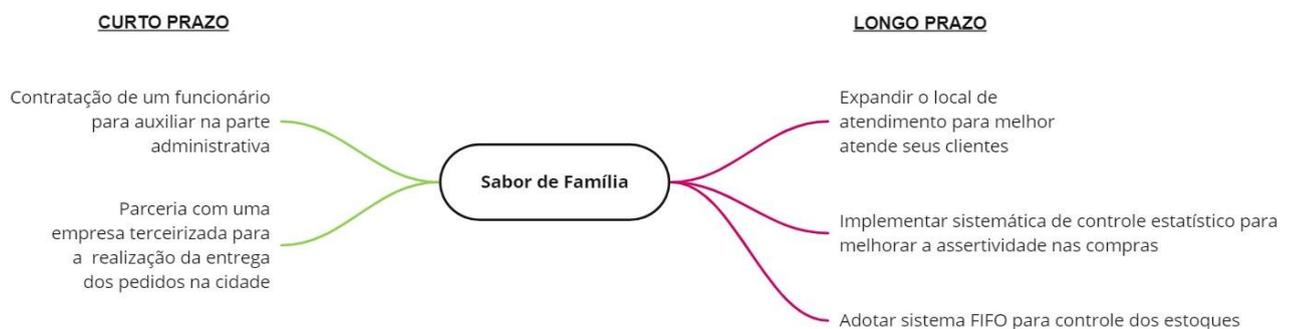
restaurante e recebê-los em sua casa ou onde solicitar. O entregador mais próximo coleta o seu pedido na loja e o leva às mãos do cliente.

Há também a opção de efetuar uma sociedade com freelancers, otimizando a entrega dos pedidos, pois o profissional atua sem vínculo empregatício formal com empresas no regime CLT. Ademais, não podemos esquecer da facilidade para que não atrase os pedidos, já que o que mais conta é a flexibilidade para ambos os lados. Afinal, o profissional se preocupa apenas em cumprir com os prazos de entrega dos trabalhos, e a empresa é responsável apenas por pagá-lo. Além disso, ao contratar um freelancer, você não gasta com encargos, como impostos, transporte, plano de saúde, entre outros benefícios. Você paga apenas a taxa cobrada pelo serviço, maximizando o custo e garantindo mais economia.

Nas questões administrativas, é de suma importância que o empresário contrate novos funcionários ou empresas terceirizadas, com experiência na área de contabilidade e logística, para que nenhuma das partes fique sobrecarregada e, conseqüentemente, evita que o andamento e o planejamento das atividades seja prejudicado.

A longo prazo, conforme a empresa for se expandindo, é recomendado que o empresário procure um novo ambiente, com mais espaço para que consiga organizar seus produtos da forma que ele almeja, obtendo mais freezers e mais disposição para organizar por categorias.

É notório que cada nível é responsável por uma ou mais etapas do planejamento, indo desde a construção de objetivos e estratégias até a elaboração dos planos de ação. Os planos são projetados de um modo a cumprir os objetivos de uma maneira ampla na organização, em que o administrador deva acompanhar cada passo para que a mesma possa alcançar o sucesso no futuro, cabendo a cada nível a responsabilidade de cumprir as suas tarefas.



2.3 ANÁLISE FINANCEIRA

É notório a importância da análise financeira nas empresas, visto que muitas não possuem consciência da sua própria contabilidade, isto é, não têm conhecimento de quais são seus custos fixos e variáveis, qual sua margem de contribuição, quanto vendem por mês, qual produto se sobressai, qual é o menos vantajoso, entre outros fatores que influenciam na relevância financeira da empresa. A contabilidade de custos dispõe do encargo de auxílio ao controle, fornecendo dados para a implantação de padrões, orçamentos e outras formas de previsões, e, posteriormente, comparar os resultados com os valores anteriormente definidos, além de ajudar nas tomadas de decisões, assim, promovendo informações relevantes de curto e longo prazo sobre medidas de corte de produtos, fixação de preços de venda, opção de compra e fabricação.

“O planejamento financeiro é mais do que importante, é indispensável. Porque, no fundo, é a base para quase todas as práticas na empresa. Nota-se a importância de compreender que o planejamento financeiro faz toda diferença dentro de qualquer organização, sendo um dos pontos essencial para o bom andamento e progresso das atividades, visando que sem planejamento a empresa fica sem foco.” (MARION, 2005).

No que concerne à franquia Sabor de Família, analisamos todos os dados contábeis e verificamos que a maioria dos seus problemas são na parte organizacional e aproveitamento de recursos, posto que eles possuem grandes formas de obter todos os diagnósticos, mas não conseguem utilizá-los por não terem o suporte necessário de como conduzir os sistemas. Por conseguinte, foi realizada uma forma mais fácil e prática para poder administrar os conceitos econômicos, pois esses dados e informações fornecidos irão ajudar a identificar eventuais problemas na gestão financeira e auxiliarão na tomada de decisão futura e imediata da companhia.

Para o diagnóstico da mesma, precisamos fazer a classificação de custo, que, de acordo com Neto (2008), *“a contabilidade de custos é imprescindível para a determinação de lucro da organização, no controle de suas operações, pois se tem a necessidade de saber o que de fato se está fazendo e na tomada de decisões, para que a partir de então, as ações de produção e prestação de serviços sejam realizadas.” É de suma importância a departamentalização na empresa*

que queira obter eficácia em suas ações, e melhor controle. Dessa forma é possível realizar uma correta apropriação dos custos.”

Logo, traçamos todos os custos (fixos e variáveis) da empresa, os quais foram disponibilizados pelo empresário, e somamos para obter seu valor total, conforme tabela abaixo.

Custos Fixos	Valor	Custos Variável	Valor
Motoboy	R\$ 25,00	Equipamentos	R\$ 3.888,60
Máquina de Cartão	R\$ 35,00	Manutenção	R\$ 3.580,00
Aluguel	R\$ 2.200,00	Comissão	R\$ 68,88
Energia	R\$ 4.579,89		
Água	R\$ 108,82		
Internet	R\$ 139,90		
Salários de funcionários	R\$ 4.050,00		
FGTS Funcionários	R\$ 132,24		
INSS	R\$ 130,59		
Pró Labore	R\$ 4.000,00		
Contabilidade	R\$ 275,00		
Sistema	R\$ 271,00		
Marketing	R\$ 1.800,00		
Ronda Baixo	R\$ 30,00		
Marketing de anúncios	R\$ 798,09		
Impostos	R\$ 1.573,99		
Uniformes	R\$ 132,78		
Frete	R\$ 660,00		
TOTAL:	R\$ 20.942,30	TOTAL:	R\$ 7.537,48

Para obtermos uma análise mais profunda, optamos por realizar os cálculos de forma unitária, ou seja, relacionamos todos os produtos da Sabor de Família e anotamos juntamente à planilha, o preço de venda, preço de custo e a quantidade vendida ao mês, conforme planilha que segue em anexo. Por conseguinte, com todos os dados fornecidos conseguimos, a partir daí, encontrar resultados que serviram de apoio para a consultoria.

Começamos encontrando a margem de contribuição unitária, que é a diferença entre a receita e o custo variável do produto. Logo após, multiplicamos o preço de venda pela quantidade vendida, descobrindo qual o faturamento de cada produto. Também foi possível obter o lucro de cada produto multiplicando a margem de contribuição pela quantidade de venda. Desta forma, dividindo o lucro do produto pelo lucro total encontrado (R \$24.197,93), é possível descobrir qual a porcentagem do faturamento de cada produto. Posto isto, multiplicamos a margem de contribuição unitária pela porcentagem de faturamento unitária e encontramos então a Margem de Contribuição Ponderada, a qual será a chave para alcançar o Ponto de Equilíbrio Contábil.

A margem de contribuição ponderada considera a participação de cada produto diante do volume de vendas. Por exemplo, caso a venda de um produto se sobressaia aos demais, automaticamente, o custo de produção deste item será maior que os outros, bem como, o valor final de mercado. Sendo assim, é necessário estabelecer um percentual ponderado, considerando o impacto de cada etapa do processo produtivo.

“Portanto, a utilização da margem de contribuição apoia o processo decisório, contribuindo para a maximização dos resultados, informando o gestor no detalhamento dos custos diretos de comercialização do produto e sua rentabilidade, contribuindo também para a formação do preço de venda. A análise da margem de contribuição identifica os produtos que geram as maiores margens sendo os que propiciam um lucro maior” (BARTZ, et al., 2012).

Segundo Atkinson (2.000, pág. 193). *“O ponto de equilíbrio corresponde ao nível em que o volume de vendas cobre os custos fixos dos recursos comprometidos, ou seja, o momento em que a empresa começa a contabilizar lucro quando as vendas superam o ponto de equilíbrio. A análise do ponto de equilíbrio é importante por mostrar o empenho necessário para obter lucro, influenciando nas decisões gerenciais de viabilidade de um empreendimento.”*

O ponto de equilíbrio contábil (PEC) é um cálculo que irá apresentar quanto a empresa precisa faturar para cobrir todas as suas despesas, isto é, o ponto onde a empresa não gera lucro mas também não possui despesas. Desta forma, a companhia saberá se seu negócio terá lucro ou prejuízo.

A fórmula que utilizamos para calcular o PEC é:

$$\underline{\underline{PE \text{ CONTÁBIL} = CUSTO \text{ FIXO} + DESPESAS \text{ FIXAS}}}$$

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (R\$)

Então captamos o custo fixo de R \$20.942,30 e dividimos pela margem ponderada de R \$12,55, encontrando o resultado do Ponto de Equilíbrio Contábil, sendo ele de R \$1.668,12. Portanto, esse é o quanto de receita a Sabor de Família precisa gerar para pagar todas as suas despesas.

Em síntese, para melhor atender as necessidades localizadas na empresa, visamos encontrar os dez melhores produtos, isto é, os dez que mais vendem e geram lucro

para a mesma. Para atingirmos tal resultado, utilizamos o cálculo mencionado no texto acima, em que avaliamos o faturamento de cada produto individualmente (margem de contribuição de cada produto multiplicado pela quantidade vendida). Esse método irá possibilitar que o gestor consiga manter seu estoque sempre cheio e dar maior atenção às mercadorias que serão mais benéficas para seu negócio. Sendo elas:

LINHA EXECUTIVE	PREÇO DE COMPRA	PREÇO DE VENDA	QTD DE VENDA	MC	FATURAMENTO	LUCRO POR PRODUTO	% DE FATURAMENTO	MARGEM PONDERADA	P.E UNIDADES
BABY BEEF	RS 13,32	RS 25,90	70	RS 12,58	RS 1.813,00	RS 880,60	15,49%	RS 1,95	1.105,13
ESFIRRA DE CARNE	RS 9,95	RS 19,90	80	RS 9,95	RS 1.592,00	RS 796,00	14,00%	RS 1,39	998,96
FRANGO A PARMEDIANA	RS 9,00	RS 17,50	82	RS 8,50	RS 1.435,00	RS 697,00	12,26%	RS 1,04	874,72
TORTA DE FRANGO COM REQUEIJÃO	RS 14,00	RS 28,00	39	RS 14,00	RS 1.092,00	RS 546,00	9,60%	RS 1,34	885,21
STROGONOFF CARNE	RS 14,30	RS 28,60	38	RS 14,30	RS 1.086,80	RS 543,40	9,56%	RS 1,37	881,95
STROGONOFF FRANGO	RS 9,35	RS 18,00	58	RS 8,65	RS 1.044,00	RS 501,70	8,82%	RS 0,76	629,62
CARNE SECA	RS 11,26	RS 21,90	44	RS 10,64	RS 963,60	RS 468,16	8,23%	RS 0,88	587,53
FILE DE FRANGO CROSTA	RS 10,03	RS 19,50	48	RS 9,47	RS 936,00	RS 454,56	7,99%	RS 0,76	570,46
FILE DE FRANGO A PG	RS 7,97	RS 15,50	54	RS 7,53	RS 837,00	RS 406,62	7,15%	RS 0,54	510,30
FRALDINHA AO MOLHO	RS 15,38	RS 29,90	27	RS 14,52	RS 807,30	RS 392,04	6,89%	RS 1,00	492,00
						RS 5.686,08			
					Custo fixo		RS 20.942,30	RS 2,93	7.135,87

3 CONCLUSÃO

Ao analisarmos toda a estrutura da empresa e com todo o conhecimento adquirido ao longo do semestre, o projeto nos possibilitou auxiliarmos o empresário em suas melhorias no dia a dia da empresa. Como todo negócio em ascensão, há pontos fortes e pontos que podem ser melhorados em sua estrutura, tal como a parte administrativa da empresa, o controle de vendas juntamente com uma melhoria no setor de entregas, um controle melhor no departamento de compras e no estoque do estabelecimento, barateamento dos fretes e futuramente com a expansão da empresa, uma realocação do para um melhor atendimento.

Ao longo do projeto identificamos vários fatores, porém o primordial foi a contratação de um funcionário para auxiliá-lo na parte administrativa da empresa, já que o mesmo não consegue se dedicar 100% ao mesmo. Com isso, grande parte das problemáticas poderiam ser solucionadas devido a divisão de atividades no dia a dia da empresa. Também pontuamos a importância da parceria com alguma empresa terceirizada para a realização das entregas na cidade, otimizando e agilizando as entregas e também na implantação de novos meios de pagamento já que a mesma hoje não possui essa flexibilização. Outra sugestão foi um controle mais rígido de estoque visando o barateamento do frete e focando sempre nos produtos com maior demanda de venda.

Nesse projeto buscamos não só melhorar suas problemáticas, como também auxiliarmos no seu crescimento diário conforme suas vendas e sua perspectiva de expansão da empresa. Mesmo por se tratar de uma empresa recém inaugurada, sua colocação no mercado alimentício foi muito bem aceita pela população, fazendo com que o mesmo atenda suas necessidades e esteja recebendo o retorno esperado.

4 REFERÊNCIA

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico: conceitos metodologia práticas**. 23. ed. São Paulo. Atlas, 2007.

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/Logística Empresarial**. 5ª edição. Porto Alegre. Bookmann, 2006.

MARION, J. C. **Contabilidade Empresarial**. 11. Ed. São Paulo. Atlas, 2005.

ATKINSON, A. A., BANKER, R.D., KAPLAN, R.S. & YOUNG, S.M. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo. Atlas, 2000.

ASSAF NETO, Alexandre Assaf. **Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico- financeiro**. 8a ed. São Paulo. Atlas, 2008.

BARTZ. **Margem de contribuição como instrumento de gestão: Aplicação em uma indústria de extração de beneficiamento de minérios**. ABCustos, São Leopoldo: Associação Brasileira de Custos, 2012.

DIÁRIO DO NORDESTE. **Mercado de alimentação saudável mira crescimento em Fortaleza**. 06 maio, 2022. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/negocios/mercado-de-alimentacao-saudavel-mira-crescimento-em-fortaleza-1.3116596> .

5 ANEXOS

- Link do Cardápio completo da linha:

<https://drive.google.com/file/d/1SgBJ-JV9Ut13jy76s2JfBm4pHXBsxwmW/view?usp=drivesdk>

- Link da Planilha Contábil:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/13gUo6ZDO9otJh_Y-qTFv5Rl5uCxdY36NC6moncfLtu0/edit?usp=sharing