



Projeto interdisciplinar: Melhoria na produtividade, controle de estoque, redução de custos.

Empresa: CBAGRO pet

Nome dos Alunos:

|                        |          |
|------------------------|----------|
| Ana Laura Tomaz        | RA610077 |
| Fernando Garcia Junior | RA610037 |
| Jean Augusto Caldiron  | RA611793 |
| Marina Vaz de Andrade  | RA610308 |

Trabalho apresentado aos professores:

RENATA E. DE ALENCAR MARCONDES

CELSO ANTUNES DE ALMEIDA FILHO

THIAGO NOGUEIRA

GILBERTO P DE CARVALHO FILHO

ELAINA CRISTINA PAINA VENANCIO

Das disciplinas:

Gestão Estratégica de Custos

Gestão de Processos

Gestão de Operações de Produção de Bens e Serviços

Gestão de Desenvolvimento de Produtos

Gestão da Cadeia de Valor, Logística e Materiais

Do módulo 07, turma A, do curso de Administração.

UNIFEOB – Centro Universitário Octávio Bastos

São João da Boa Vista - Abril/2017

## SUMÁRIO

|  |     |
|--|-----|
| 1- INTRODUÇÃO                                  | p.3 |
| 2- DESENVOLVIMENTO                             | p.X |
| 2.1-APRESENTAÇÃO DA EMPRESA                    |     |
| 2.1.1- CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS | p.X |
| 2.1.2- PORTIFÓLIO DE PRODUTOS                  | p.X |
| 2.1.3- CARACTERIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO    | p.X |
| 2.2-MELHORIA NO(S) PROCESSO(S)                 | p.X |
| 2.3-ANÁLISE FINANCEIRA                         | p.X |
| 3- CONCLUSÃO                                   | p.X |

4- BIBLIOGRAFIA p.X

5- ANEXOS p.X

## **1-INTRODUÇÃO**

O trabalho é um projeto indisciplinar proposto aos alunos, com o intuito de implantare uma melhoria em algum aspecto da empresa, escolhemos a empresa CBAGRO, onde a mesma não possuía um sistema de controle de estoque, e cadastro de clientes, assim impossibilitando de ter um controle de entrada e saída dos produtos. No Módulo 07 do curso de Administração – Gestão Logistica, o propósito dos trabalhos interdisciplinares (P.I.'s) é a construção de projetos de melhorias em 01(um) ou mais processos de uma empresa. A Gestão por Processos possibilita às empresas responder às diversas mudanças impulsionadas pela globalização ao direcionar e integrar os processos críticos de sucesso em si, a estrutura organizacional da empresa, a organização do trabalho, a gestão de pessoas, cultura e valores, entre outras dimensões, para a satisfação do cliente final. Para entender os processos de uma organização, o aluno deverá compreender as técnicas de modelagem e, através de medições de desempenho e métodos de racionalização de processos, avaliar e propor melhorias nesses sistemas.

## **2- DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO**

A empresa CBAGRO, por não ter o controle de entrada e saída de seus produtos (controle de estoque) ela encontrava uma dificuldade pra saber o estoque exato de seus produtos e

consequentemente impossibilitava de saber o que estava em falta no seu estoque para fazer a reposição dos produtos. Outro aspecto a ser melhorado seria o cadastro dos clientes, uma vez que a empresa fazia as anotações em uma ficha manual onde ao marcar a mão um produto vendido, não tem como dar saída manual no estoque, ocasionando vários “erros de estoque” prejudicando a empresa. Com isso a empresa implantou um sistema chamado Arpa SistemControl onde o sistema cadastra os clientes e os produtos. Com os produtos e clientes cadastrados terá um controle maior sobre o estoque e sobre seus devedores, uma vez que ao fazer uma venda a prazo ou a vista será lançado nesse sistema, dando saída do produto no estoque, ele armazena os dados lançados, obtendo assim o controle de entrada e saída dos seus produtos e de seu fluxo de caixa, podendo assim repor com precisão os produtos em falta, e não deixar zerar nenhum produto.

## **2.1- APRESENTAÇÃO DA EMPRESA**

A empresa CBAGRO é uma Micro Empresa do ramo de pets (todos os tipos de animais domésticos), se localiza na cidade de Casa Branca-SP e está no mercado a 5 anos e possui uma extensa linha de produtos como, rações, quirela, casinha para os animais, gaiolas, areias para gatos, shampoo, sabonetes, coleiras, brinquedos e também é pet shop (banho e tosa de cachorros e gatos).

### **2.1.1 CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS**

Logística de suprimentos: a empresa caracteriza o início de um ciclo a partir do projeto do produto e da previsão de demanda: lotes, compras, recebimento, estocagem de matérias-primas e insumos;

Logística de armazenagem: ela recebe os fluxos da produção e providencia a movimentação e estocagem de produtos acabados, ou seja, ela recebe a mercadoria comprada, e estoca seus produtos para revenda.

Fluxo de informações é fundamental na logística, contando com modernas ferramentas de TI (Tecnologia de Informação), e é aí que a empresa falha, uma vez que ela não possuía nenhum sistema de informação para armazenagem assim não tendo nenhum controle do estoque, onde esse será o ponto a ser melhorado, no caso agregas a Logística interna ou de operações para ter o controle das movimentações e dos estoques em processos nas linhas de produção. (MELHORIA NESSE PROCESSO).

## 2.1.2 PORTIFÓLIO DE PRODUTOS

Saco de ração TurboCão para cachorros de grande porte 25kg

**Projeto Informacional:** Introdução ao projeto.

**\*Ciclo de vida do produto:** é de em média 3 meses, uma vez que o produto tem dois processos, num ele é vendido por sacos de 25kg, e no outro ele é aberto e seu preço é vendido por kg.

**\*Clientes envolvidos:** pode ser qualquer pessoa que possui um animal de estimação adulto de grande porte.

**\*Requisitos dos clientes:** Os clientes exigem uma ração de boa qualidade, com proteínas, vitaminas e nutrientes ideias para a alimentação do seu pet, que fortalecem e nutrem os pelos do animal, com um preço acessível.

**\*Requisitos dos produtos:** preço justo, alimentos que superam a expectativa dos clientes em relação aos seus animais de estimação, boa aceitação do mercado, ser o top of mind.

**\*Especificação do produto:** É um produto específico pra animais de grande porte, portando sua ração tem um tamanho maior em relação as outra rações, pois animais menores tem a boca menor e não conseguem ingerir a ração, portanto ela tem mais nutrientes e proteínas pra suprir o porte do animal.

**Projeto Conceitual:** É apresentado as propostas do produto aos envolvidos na empresa.

**\*Funções do produto:** Alimentar, Nutrir.

**\*Solução com a utilização:** A solução do produto, ele propõe a melhora na saúde do cachorro, fortalecendo pelos, dentes e ossos. Essa ração é indicada para animais desnutridos e com queda nos pelos.

**\*Layout do produto:** A ração TurboCão de 25 kg, tem seu esquema de exposição estratégico onde a ideia é colocar o produto logo na entrada da loja, para maior facilidade de visibilidade do produto, em sua embalagem possui letras grandes e chamativas, com uma foto de um cão aparentemente saudável com seu dono sorrindo.

**\*Requisitos do produto:** O fabricante exige qualidade máxima da ração, com o peso de todos corretamente alinhado e padronizado, e entregue dentro do prazo proposto.

**\*Fornecedores:** Possui um fornecedor único, que é de Limeira e representa a distribuidora BioBase.

**Lançamento do produto:** Inserir ele no mercado.

**\*Especificação do processo de venda:** o produto é vendido diretamente ao cliente, com

prazos de até 60 dias para clientes cadastrados e sem débito com a empresa, pagamentos a vista, ou em cheque.

**\*Especificações do processo de distribuição:** é entregue ao cliente diretamente na loja, ou por se tratar de um produto de 25kg a entrega é feita na casa do cliente se preferir.

**\*Especificação do processo de atendimento:** o cliente é atendido na loja, é feito a pré-venda indicando o produto e o vendedor que o atendeu, e é passado pro caixa para fazer o processo final da venda.

**\*Marketing de lançamento:** Os produtos são anunciados nas redes sociais, facebook, etc, panfletagem e através de propaganda na rádio.

### **2.1.3 - DEFINIÇÃO DE PROCESSO DE VENDA:**

Um processo se dá através da execução de etapas. Portanto, o primeiro passo é definir quais serão essas etapas. Sabemos que o processo de vendas se inicia quando o cliente procura a empresa e, normalmente, se encerra assim que a venda é concretizada. Contudo, entre a chegada do cliente e a emissão da nota fiscal, existe uma série de questões envolvidas, e é aí que a definição do processo se desenrola.

Um exemplo de processo de vendas pode se dar da seguinte forma: o cliente procura a empresa, o vendedor se apresenta, faz a exposição da empresa e questiona o cliente sobre o produto/serviço de interesse. Depois, o vendedor apresenta o produto para o cliente, responde a seus questionamentos e, em alguns casos, apresenta produtos alternativos, com a mesma funcionalidade. A partir daí, surge a etapa de negociação, sendo nessa parte que o vendedor tenta convencer seu cliente a realizar a compra, negociando valores, prazos de entrega, etc. Feito isso, se o cliente aceitar, a venda é concretizada até o momento em que a nota fiscal é emitida.

#### **Preparação física**

Essa parte está diretamente ligada à impressão que o vendedor causa nos prospects e clientes. E, como sabemos, a primeira impressão é a que fica. A preparação física envolve higiene pessoal, apresentação e até mesmo o material de trabalho que o vendedor tem disponível.

Sobre a higiene pessoal, é preciso tomar o cuidado de manter o aspecto de limpeza, mantendo a barba e as unhas bem aparadas, o hálito agradável e eliminando o cheiro de suor — vale lembrar que evitar o excesso de perfumes também é importante.

A apresentação envolve o cuidado com as roupas, que devem estar sempre limpas e bem passadas. Além disso, é importante se atentar para o tipo de roupa que deve usar de acordo com o tipo de trabalho e o público que será atendido. Por exemplo: enquanto um corretor de imóveis precisa se vestir e agir de maneira mais formal, um vendedor de produtos relacionados à tecnologia já pode dispor de mais informalidade para se vestir e conversar.

O material de trabalho, apesar de não estar em primeiro plano, como a higiene e a apresentação pessoal, pode causar impressões nos clientes de forma positiva ou negativa. Por exemplo, o uso de um bloco de anotações para ajudar o cliente a compreender melhor as explicações, utilização de gadgets que permitem o acesso à informação a qualquer momento, entre outras coisas.

### **Preparação psicológica**

Duas das principais características que os vendedores devem possuir é a motivação e a determinação. Isso significa que para conseguir vender mais e melhor, primeiramente o vendedor precisa acreditar nisso e se manter motivado. Antes de iniciar o trabalho, é importante manter o foco no objetivo (fechar vendas), procurar se manter bem-humorado e se preparar para ouvir o cliente, pois, para conseguir satisfazer suas necessidades, primeiramente é necessário ouvir e compreendê-lo. Com essa determinação, é possível conseguir transmitir maior segurança, confiabilidade e credibilidade na interação com os clientes.

### **Preparação técnica**

Além da preparação técnica, que inclui formação acadêmica, habilidades em negociação, boa oratória, entre outras coisas, o vendedor deve possuir todo o material que é necessário para apoio na interação com os clientes, como folhetos explicativos, por exemplo. Estar apto a esclarecer todas as dúvidas que os clientes possam ter sobre os produtos ou

serviços significa que o profissional deve dominar o assunto, inclusive saber relacionar quais substituições de produtos podem ser feitas para garantir que o cliente terá o que necessita, sem perder na qualidade.

Essa parte envolve saber mais sobre o cliente e seu histórico com a empresa, ter conhecimentos sobre a concorrência e sempre levar consigo material de apoio, como catálogos, cartões de visita, bloco de orçamento, etc.

Muitas empresas ainda permitem que seus setores de vendas ajam de acordo com a demanda, ou seja, cada cliente é atendido de um jeito diferente por cada vendedor, a cada compra que é realizada. Mas, como podemos ver, manter um processo de vendas bem definido, bem como vendedores bem preparados, é fundamental para ter ainda mais sucesso nas vendas.

Isso porque, com uma estrutura de processos sólida e profissionais qualificados, o setor possui maior direcionamento sobre os objetivos e o que precisa ser feito para alcançá-los, além de transmitir maior organização e confiabilidade.

Agora conte-nos: o processo de vendas é bem definido em sua empresa? O que você acha que poderia mudar com a estruturação do processo e o planejamento e a preparação de vendas? Não deixe de compartilhar conosco suas experiências e opiniões!

## **2.2 – MELHORIA NO(S) PROCESSOS(S)**

1- Identificação do Problema: Foi identificado um problema no aspecto de software para controle de estoque e cadastro de cliente.

2 – Observação: Observa-se uma falha no estoque devido a falta de cadastramento dos produtos, ocasionando perda em vendas e perda de clientes.

3 – Análise: Analisamos que deve ser tomada as atitudes necessárias para solucionar e melhorar imediatamente essa falha.

4 – Plano de ação: A proposta é instalar o software Arpa SistemControl, para cadastramento dos produtos e clientes e aplicar um treinamento e curso sobre o funcionamento do sistema para os funcionários.

5 – Ação: Foi realizada a capacitação através de treinamento voltado para o sistema com todos os funcionários que utilizarão do mesmo como ferramenta diária, o sistema foi criado e implantado suprimindo todas as necessidades identificadas na “Identificação do problema”.



6 – Verificação: De acordo com os resultados obtidos foi possível verificar uma melhora significativa em relação a todos os tópicos/problemas analisados, já que, o sistema foi voltado e todos os funcionários foram treinados para manuseá-lo. É importante também ser ressaltado a melhora na eficácia do atendimento da empresa.

7 – Padronização: Com o sucesso obtido na implantação e utilização do sistema em varejo foi de extrema importância a padronização no atendimento: todos os computadores da empresa foi instalado o sistema, os funcionários a partir disso tiveram treinamentos diários para que todos ficassem preparados e padronizados de acordo com o padrão proposto com o projeto para a empresa.

8 – Conclusão: Contudo chegamos a conclusão de que o sistema foi de extrema importância para a empresa, foram resolvidos os principais problemas, como: falha no estoque devido a falta de cadastramento dos produtos, ocasionando perda em vendas e perda de clientes, além disso algumas melhoras significativas em: agilidade no atendimento, pleno controle sobre o estoque, cadastros de produtos, clientes e materiais de consumo e conseqüentemente um aumento na rentabilidade.

### **2.3-ANÁLISE FINANCEIRA**

Para realização da pesquisa de nosso trabalho na empresa CBAgro utilizaremos a o Ponto de Equilíbrio Contábil (PEC), onde o ponto em que o lucro da empresa é zero, ou seja, é o momento em que a receita total é igual aos custos e despesas totais, quitando assim todo gasto mensal da empresa.

Utilizaremos também o Ponto de Equilíbrio Econômico, é similar ao Ponto de Equilíbrio Contábil, entretanto ele engloba o Custo de Oportunidade, ou seja, o Lucro desejado da empresa dando assim a margem de produção que a empresa deve ter para atingir a meta. No caso de nossa empresa utilizaremos para desenvolvimento, a linha de rações para cachorros de raças grandes AUK, com sacos de 1kg, 5kg, 15kg, 20kg e 25kg, variando assim também os preços.

Utilizamos a média de preço da soma de preço de venda dos produtos.

| Venda mensal AUK | Qnt |
|------------------|-----|
| 1kg              | 40  |
| 5kg              | 20  |
| 15kg             | 10  |
| 20kg             | 7   |
| 25kg             | 4   |
| Total de vendas  | 81  |

| Valor produtos AUK | Preço |
|--------------------|-------|
| 1kg                | 7,5   |
| 5kg                | 36    |
| 15kg               | 100   |
| 20kg               | 130   |
| 25kg               | 165   |
| Valor total        | 439   |
| Média de preço     | 88    |

| Custos variáveis       | Valor:        |
|------------------------|---------------|
| AUK raças grandes 1kg  | 3,5           |
| AUK raças grandes 5kg  | 12,25         |
| AUK raças grandes 15kg | 52,5          |
| AUK raças grandes 20kg | 70            |
| AUK raças grandes 25kg | 87,5          |
| Combustível            | 250           |
|                        | <b>475,75</b> |

| Custos fixos                | Valor:      |
|-----------------------------|-------------|
| Funcionários                | 2700        |
| Energia                     | 180         |
| Agua                        | 50          |
| Internet                    | 150         |
| Telefone                    | 80          |
| Manutenção dos computadores | 100         |
| Manutenção do sistema       | 100         |
| Manutenção dos alármes      | 100         |
| Manutenção do automóvel     | 200         |
|                             | <b>3660</b> |

$$PEC = CF / PV - CV$$

$$PV - CV \quad 81,83$$

$$PEC = 3660 / 5,87 \quad \mathbf{45}$$

|                        |          |
|------------------------|----------|
| Venda                  | 3923     |
| Custo variável         | 263      |
| Margem de contribuição | 3660     |
| MDC-CF                 | <b>0</b> |

PONTO DE  
EQUILÍBRIO  
CONTÁBIL

PONTO DE EQUILÍBRIO ECONIMICO para um lucro de 350000

PEE para um lucro desejado de 35.000

$$PEE = CF + LUCRO / PV - CV$$

$$PV - CV$$

$$PEE = 3660 + 35000$$

$$PEE$$

$$81,83$$

$$38660$$

$$\mathbf{472}$$

|                        |              |
|------------------------|--------------|
| Venda                  | 41433        |
| Custo variável         | 2775         |
| Margem de contribuição | 38658        |
| MDC-CF                 | <b>34998</b> |

### **3-CONCLUSÃO**

Com base nos estudos elaborados, colocados em prática e apresentados a cima, concluímos que as disciplinas foram fundamentais para o sucesso do trabalho, pois baseando nos estudos apresentados, os alunos detectaram um problema, deram a solução, e colocaram em prática, e aplicaram a melhoria nos processos, ajudando a empresa e o crescimento dos alunos.

### **4-BIBLIOGRAFIA**

Materiais disponibilizados no AVA; escritório contábil da empresa