



PROJETO INTERDISCIPLINAR: TROPICAL MIX

NOME DOS ALUNOS

Alessandro Daniel Miguel, RA 610054

Ana Luiza Biajoni, RA 16002148

Daniel Elias da Silva Santos, RA 609266

Guilherme Henrique de Almeida, RA 611732

Nilton Cesar de Carvalho, RA 611447

Wellington Rafael M. Carlos, RA 611622

**SÃO JOÃO DA BOA VISTA
JUNHO - 2017**

NOME DOS ALUNOS

Alessandro Daniel Miguel, RA 610054
Ana Luiza Biajoni, RA 16002148
Daniel Elias da Silva Santos, RA 609266
Guilherme Henrique de Almeida, RA 611732
Nilton Cesar de Carvalho, RA 611447
Wellington Rafael M. Carlos, RA 611622

PROJETO INTERDISCIPLINAR: TROPICAL MIX

Trabalho apresentado aos Professores:

Renata E. Alencar Marcondes

Celso Antunes A. Filho

Tiago Nogueira

Gilberto P. de Carvalho Filho

Elaina Cristina Paina Venancio

das disciplinas

Gestão estratégica de Custo

Gestão de processo

Gestão de operação de produção

Gestão de desenvolvimento de Produto

Gestão de Cadeia de Valor

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

UNIFEOB – Centro Universitário Octávio Bastos
São João da Boa Vista – 02 de Junho de 2017

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO	p.4
2- DESENVOLVIMENTO	p.5
2.1-APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	
2.1.1- CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS	p.6
2.1.2- PORTIFÓLIO DE PRODUTOS	p.9
2.1.3- CARACTERIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO	p.14
2.2-MELHORIA NO(S) PROCESSO(S)	p.17
2.3-ANÁLISE FINANCEIRA	p.22
3- CONCLUSÃO	p.27
4- BIBLIOGRAFIA	p.28
5- ANEXOS	p.29

1-INTRODUÇÃO

O trabalho a ser apresentado busca fazer melhorias na logística da empresa Tropic 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.

No armazenamento iremos encontrar uma forma para facilitar a localização dos produtos que ajudará a empresa ter um melhor controle de estoque tanto de matéria prima quanto de produto acabado para que com isso haja uma redução de desperdício de tempo quanto redução de custo.

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 o 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 - DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO

2.1-APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

Razão social: Welington 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.

Valores

- Qualidade
- Agilidade de entrega
- Colaboradores preparados
- Credibilidade

2.1.1- CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

Visão Sistêmica

A empresa adota com seus fornecedores um modelo de relacionamento de colaboração onde o foco na confiança é na qualidade e valor do produto oferecido, a comunicação é feita de forma regular e a entrega ocorre na mesma semana da compra, porém apesar de já ter um longo período de relacionamento não é feito nenhum compromisso de fornecimento a longo prazo dos insumos, a cada nova compra é feita a cotação entre os fornecedores.

Suprimentos

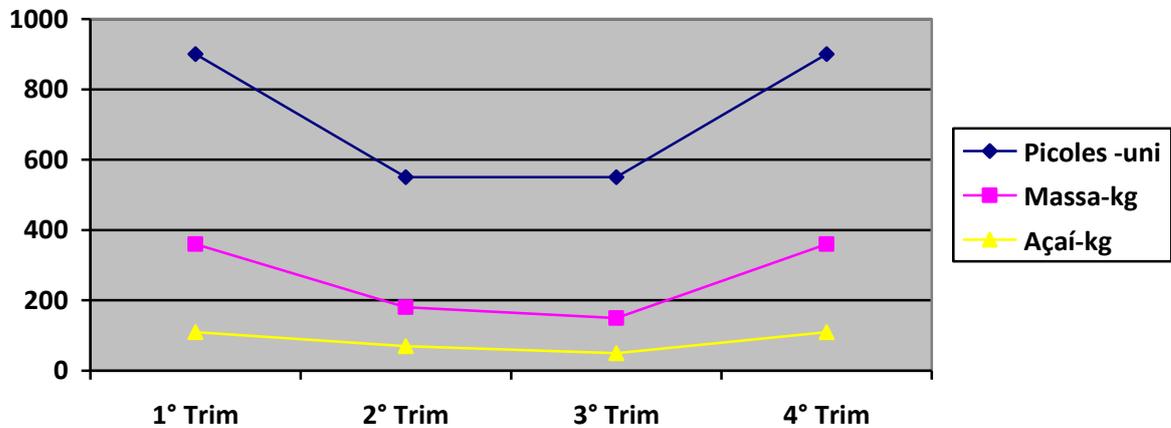
As compras são feitas semanalmente em período sazonal (verão) onde de acordo com o estoque é feita a reposição dos insumos que estão em falta. Os três principais fornecedores estabelecem contatos com a empresa semanalmente, sendo em visitas a loja ou contatos via redes sociais (Whatsapp) oferecendo seus insumos. A empresa faz cotação por meio de comparação dos valores que cada fornecedor oferece, no ato da compra. Também é realizada pesquisa em supermercados e lojas do segmento vide comparação de valores.

Armazenagem

Por se tratar de uma empresa de pequeno porte e sem grandes processo de produção o estoque tanto de matéria prima quanto o de produto final é armazenado na própria empresa. Todo insumo comprado é feito em compras mensais sendo que em período sazonal ocorre com maior frequência (semanalmente em alguns casos), porém nunca é feito em grandes quantidades. O produto final é armazenado em 04 freezers que ficam no interior da empresa, sendo ambos expositores para o público.

Em época de alta temporada a empresa faz uso de mais dois freezers em local externo, para Armazenagem Sazonal a fim de manter a demanda.

A empresa não faz uso de nenhum equipamento de movimentação, apenas utiliza bacias e caixas para transportá-los de um freezer para outro quando há necessidade.

Gráfico 01

O gráfico mostra a quantidade de produtos que é estocado pela empresa.

Sendo picolés 900 unidades que é a quantidade que permanece contínua no estoque em períodos de alta demanda, vale porém observar que essa quantidade é mantida continuamente sendo reposta, e em períodos de baixa demanda essa quantidade pode cair pela metade durante o 2º e 3º trimestre.

O sorvete de massa e o açaí são medidos através do peso relativo, porém importante lembrar que as quantidade de massa de 350 Kg e do açaí 110 kg são a quantidade total que é comercializada no decorrer do período em questão.

Distribuição e Transporte

O transporte ocorre em carrinho próprios para sorvetes, mantendo a baixa temperatura enquanto é transportado e para o locais de venda.

O modal utilizado para distribuição da empresa é o rodoviário, pois a distribuição ocorre apenas na cidade e vez ou outra em alguma cidade da região, não fazendo necessário utilizar nenhum outro modal.

O canal de distribuição mais usado pela empresa são pequenos varejistas que revende o produto no cidade, e vendedores ambulantes que circulam pela cidade revendendo os sorvetes, ambos ganham porcentagens nas vendas.

Fluxo de informações

O estoque é repostado diariamente e as quantidades feitas de 250 unidades de picolés a cada dia é referente ao consumo em aproximadamente 15 dias. Assim sendo podemos definir o ponto de pedido como:

$$PP = (C \cdot TR) + E \cdot Mn$$

$$PP = (250 \cdot 2) + 15$$

$$PP = 515 \text{ unidades}$$

Custo

O custo de armazenamento é variável de acordo com a demanda, embora a empresa não tenha grandes estoques os faça uso de armazenamento em terceiros, o custo pode variar com a demanda, pois para o estoque ser mantido gera um custo com energia elétrica, sendo que é utilizado freezers para o armazenamento média de valores é de R\$ 450,00 a R\$600,00 mensal, porém vale ressaltar que o custo de produção está incluso neste valores apresentados.

2.1.2- PORTIFÓLIO DE PRODUTOS

Processo

O processo a ser adotado no projeto será o lançamento de produto com base orgânicas evitando adição de produtos químicos industrializados e sem uso de glúten e lactose para pessoas com dieta restrita a determinados tipos de alimento.

Desenvolvimento

A empresa busca desenvolver produtos com base orgânicas, evitando adição de orgânicos em seus produtos, busca aperfeiçoamento em todo processo para produzir de maneira econômica e sustentável. Para isso a empresa utilizará um plano de negócios baseado na metodologia Canvas.

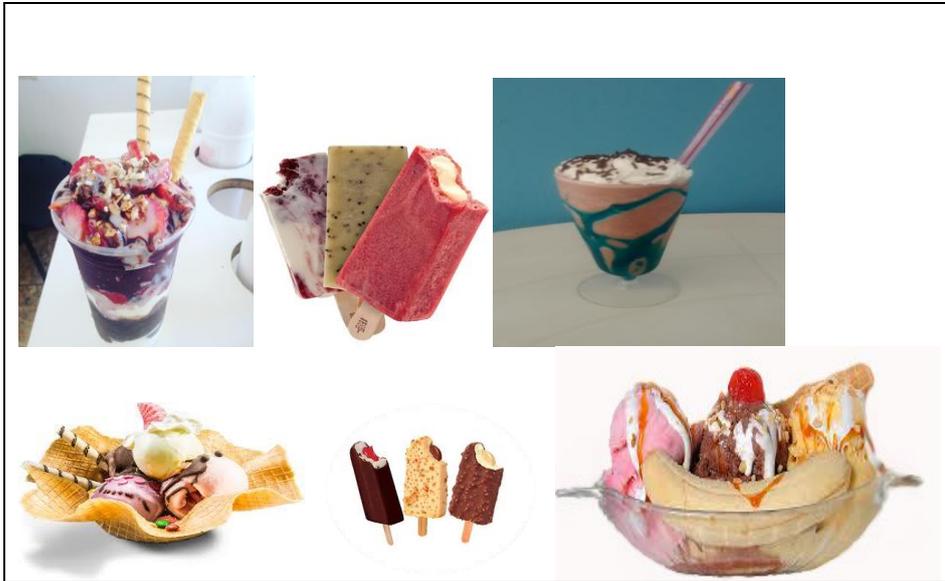
Produto

O produto oferecido pela empresa busca satisfazer o mercado de pessoas com intolerâncias a produtos industrializados ou com algumas limitações alimentícias (intolerância a lactose ou glúten), com um baixo custo para consumo e com qualidade confiável para o consumo sem preocupação com as restrições.

Projeto incremental ou derivado

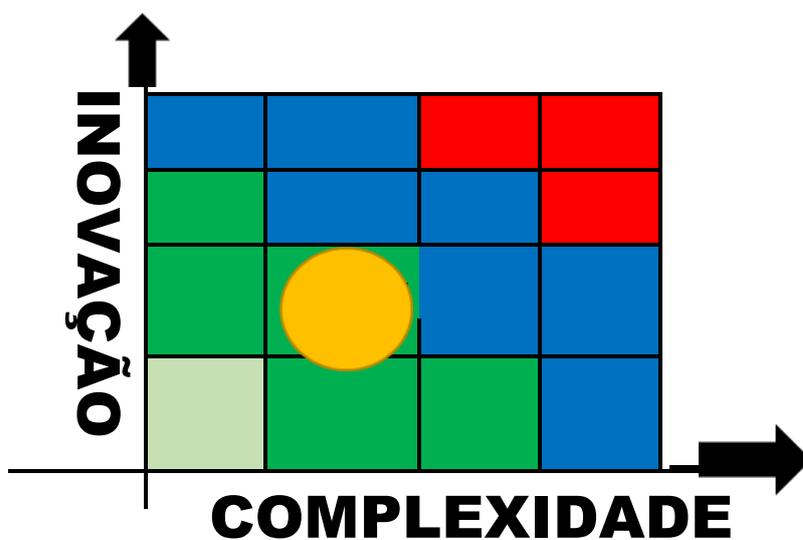
Os produtos desenvolvidos pela empresa busca ser incremental, ou seja, a empresa está apta a procurar maneiras novas e inovadoras de produzir, visando sempre um produto diferente dos demais concorrentes e com redução de custo de modo a atrair novos clientes, segue abaixo fotos de alguns produtos oferecidos:

Imagem 01:



Fundamento para desenvolvimento do produto

Segue abaixo o gráfico com a base utilizado para estabelecer os padrões sistematizados, definindo o parâmetro qualitativo, de acordo com a interface dos clientes e do conteúdo tecnológico envolvido no processo.



O projeto adotará a metodologia Canvas para o desenvolvimento do projeto, para validação do lançamento de um novo conceito de marca.

I. Pré

Objetivo /Importância

A empresa busca desenvolver produtos que utilizam insumos naturais e com melhor custo benefício, de modo a agradar um grupo específico de cliente porém sem perder o apelo popular já adotado pela empresa.

Com melhor aproveitamento de alimentos que anteriormente seriam desperdiçados por fornecedores diversos, fazendo com que o custo de produção seja reduzido a com a qualidade final do produto ficando em maior evidencia. Somados ao fato de haver a necessidade de uma parcela do público.

Primeiramente buscará qual a Oferta de Valor e terá uma noção do Segmento de cliente que o projeto buscará solucionar o problema.

II. Desenvolvimento

Projeto Informacional

Defini se o ciclo de vida do projeto como:

- Será elaborado e produzido em 90 dias durante no período de maio a julho.
- Pesquisas e levantamentos de produtos necessário para elaboração.
- Público alvo.

Defini se qual será a principal maneira de Relacionamento com o cliente e Canais.

Projeto Conceitual

Nesta etapa será definido a utilidade de produto desenvolvido no projeto.

- Sorvete com componentes naturais e com baixa restrições alimentícias.
- Terá características físicas comuns de demais produtos no mercado.
- Os fornecedores serão os mesmos que já fornecem o tradicional a empresa.

A busca pelos Parceiro Chave, de acordo com os Recursos e Atividades chaves.

Projeto Detalhado

Durante a elaboração do projeto conceitual será elaborado pesquisas de cotações com os fornecedores para saber qual oferece o melhor custo-benefício.

Será definido todo plano para execução do lançamento do produto, como o treinamento para elaboração e desenvolvimento do produto final. O treinamento será de forma online e também presencial em uma das bases de treinamentos que são oferecidas pelos fornecedores.

Segue a descrição dos produtos a serem desenvolvidos

- 1- Sorvete de massa sem lactose
- 2- Sorvete de massa sem glúten
- 3- Sorvete sem açúcar

Aqui será levantado os dados de Fontes de receitas e fontes de custos para o lançamento do novo produto.

Preparação de produção

Será elaborado o P.O.P. (procedimento operacional padrão) para que o produto elaborado siga um padrão já estabelecido antes do processo.

Também será previamente estabelecido as quantidade a serem produzidas de acordo com as tendências de demanda no mercado.

Aqui será definido as Atividades Chaves e os Principais Recursos, já pré estabelecido durante o projeto detalhado.

Lançamento do produto

Inicialmente o produto será inserido no próprio comercio junto aos tradicionais já vendidos. A distribuição entre os comércios revendedores ocorrerá de forma convencional como os demais.

Após isso, a empresa adotará uma promoção de marketing para divulgação de produto. De acordo com os dados levantados no relacionamento com clientes.

III. Pós

Acompanhamento do processo

Após todo processo para o lançamento do novo produto, ocorrerá um acompanhamento da receptividade do produto ao seu público.

A pesquisa ocorrerá através de formulários montados e compartilhados em redes sócias, que será o principal canal de relação entre a empresa e os clientes. Pesquisas de maneira informal também será feita na abordagem dos clientes ao frequentar a empresa

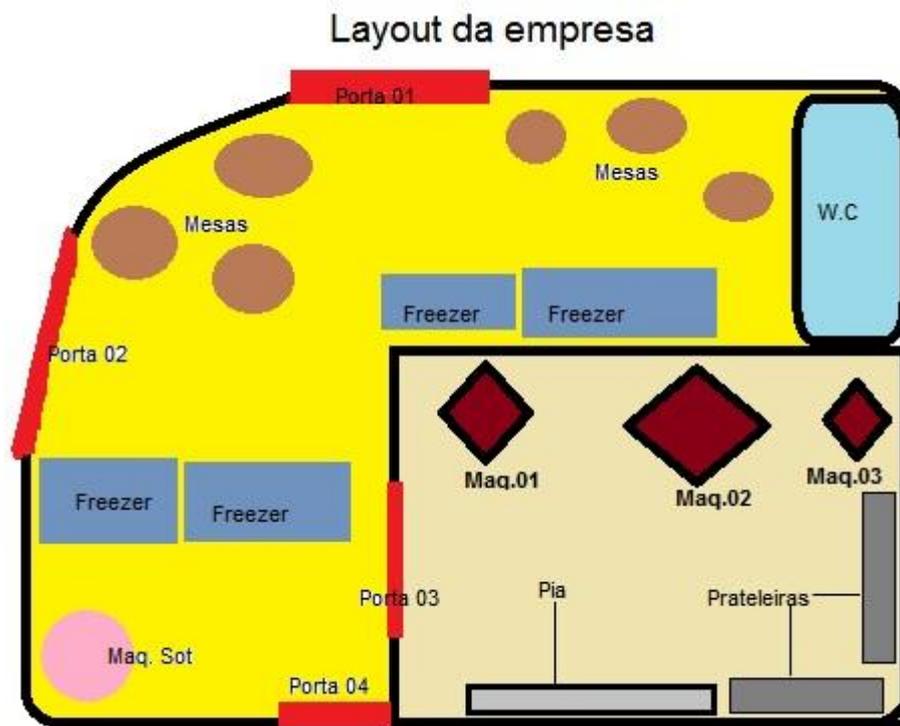
O tempo de vida útil de todo o processo de venda ocorrerá de acordo com a aceitação do público e o retorno financeiro do mesmo.

A metodologia adotada será útil para determinar a viabilidade do projeto de lançamento do produto que estabelecerá uma nova proposta de valor “Satisfação de clientes com restrições alimentícias”.

2.1.3- CARACTERIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO

A empresa abordada no projeto tem um processo de produção simples composto por três máquinas distribuídas no layout da empresa sendo este um espaço de 15 metros quadrados, outro processo adotado pela empresa é o de venda direta que ocorre na área comercial da empresa segue abaixo imagem com o layout da empresa

Imagem 01:



O processo produtivo ocorre com a entrada de matéria prima pelas portas 01 e 02 armazenadas nas prateleiras ou no armário/balcão que fica debaixo da pia. Segue descrição das três etapas produtivas que ocorrem nas respectivas máquinas:

Processo Maquina 01.

Esse processo produtivo se caracteriza pela mistura de ingredientes para fabricação de sorvetes, entre os ingredientes inclui-se: leite, leite em pó, pó de sabor, creme de leite, emulsificante, água e pedaços de frutas caso haja na receita. A máquina 01 trata-se de um liquidificador industrial com capacidade para 10 litros, nesse processo o tempo médio é de cinco minutos.

Neste período também é lavado e separado as formas que serão utilizadas na produção, também separado o alinhador de palitos caso necessário na produção.

Processo Maquina 02

Aqui é onde realmente ocorre a produção do sorvete, a solução retirada da máquina 01 é balanceada nas formas de acordo com o pedido e necessidade de produto e levados a máquina 02, aqui ela permanecerá por cerca de 20 a 25 minutos, a máquina contém o álcool com temperatura média de -20° que é utilizado para resfriar o a batida até que congele, formando o sorvete.

Processo Maquina 03

Nessa parte do processo a Máquina 03, uma seladora automática, é onde ocorre o embalagem do sorvete que vem pronto da máquina 02, aqui de acordo com o tipo do sorvete é embalado em saquinho (picolé) ou em potes (massa), no caso de massa o processo é feito manual utilizando apenas a bancada da máquina.

Processo 04

Após ser embalado o sorvete é armazenado em um dos quatro freezers localizados na área de venda comercial, onde permanece para venda direta ou para distribuição de acordo com a demanda de vendas da empresa.

Estratégia de Produção

Todo processo de produção ocorre de maneira simples e padronizada, mas vale destacar que o produto em questão possui uma sazonalidade o que provoca uma variação do processo produtivo de acordo com a época do ano.

Sempre de acordo com a Perspectiva dos requisitos do mercado o processo produtivo se modifica, o que pode ocorrer mais intensamente em período de calor (setembro a abril) e em menor escala nos meses de frio (maio a agosto).

Apenas uma pessoa é responsável pela produção, entretanto nos de maio demanda pode ser contratados mais uma, duas ou até três pessoas para agilizar o processo produtivo.

2.2-MELHORIA NO PROCESSO

O objetivo principal para esse trabalho será desenvolvido de acordo com essa matéria, assim sendo a empresa e os alunos do grupo se reuniram 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 continuo a ser desenvolvido na empresa.

Teorema de Pareto

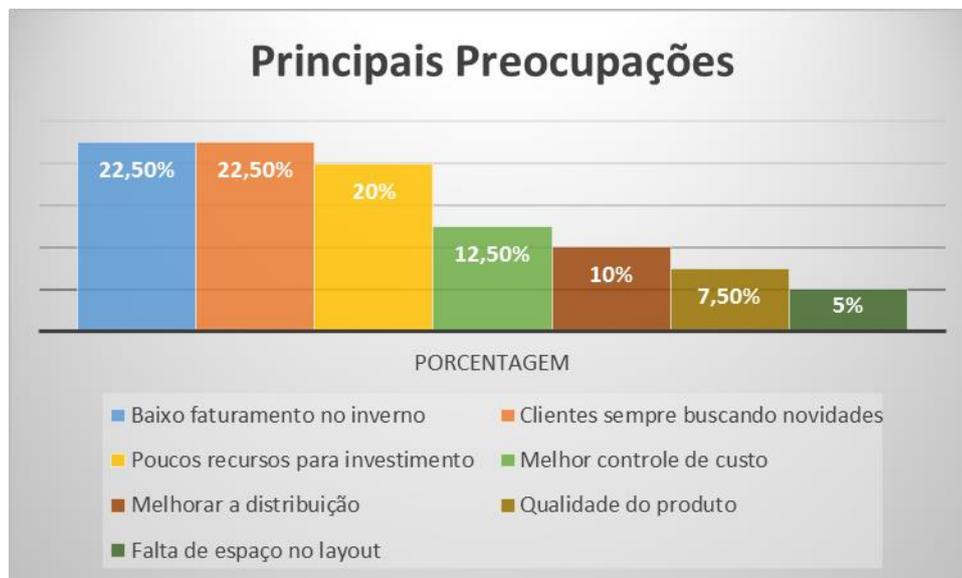
Um levantamento para saber em que áreas da empresa ela necessita de melhoria e tentar sanar os problemas que correspondem a mais de 80% de preocupações que ocorre na empresa. Foi feito uma pesquisa com 4 pessoas e foram atribuídos o peso de 0 a 3 pontos para cada um dos itens, a cada item apresentado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

PDCA

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.

DO

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 o 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 primeiro 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.

2.3-ANÁLISE FINANCEIRA

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, móveis 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	Máquina produtora de picolés/ massa (comprada usada)	R\$ 7.500,00
01	Seladora automática para embalagem (comprada seminova)	R\$ 900,00
01	Máquina 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.

A produção 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)

$$PEC = CF + DF / Margem \text{ de contribuição} = 2.039 \text{ picolés}$$

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\$ 0,49	-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)

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

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) – Não desembolsáveis/Margem de contribuição= 1.222 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-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.

4-BIBLIOGRAFIA

Livros

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.

Artigos de revistas

AS 500 maiores empresas do Brasil. *Conjuntura Econômica*. Rio de Janeiro. v.38, n. 9, set.1984. Edição Especial.

TOURINHO NETO, F. C. Dano ambiental. *Consulex*. Brasília, DF, ano 1, n. 1, p. 18-23, fev. 1997.

Material da Internet

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>>. Acesso em : 8 mar.1999.

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/brasilrevistas.htm>> Acesso em: 28 nov.1998.

5-ANEXOS

Não existem anexos.