



UNIFEOB
Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**PROJETO INTERDISCIPLINAR
SUPER MIX**

Alunos:

Pedro Santos Camargo, RA 16002108.

Yara Gabriela Bertones Roque, RA 18002344.

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
MAIO 2019

PROJETO INTERDISCIPLINAR

SUPER MIX AGUAI

Trabalho apresentado aos Professores:

Gilberto P de Carvalho Filho

Elaina Cristina Paina Venancio

Thiago Nogueira

Celso Antunes de Almeida Filho

Renata E. de Alencar Marcondes

das disciplinas

Gestão de Desenvolvimento de Produtos

Gestão de Cadeia de Valor, Logística e
Mat.

Gestão de Operações de Produção

Gestão por Processos

Gestão Estratégica de Custos

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

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO	p.04
2- DESENVOLVIMENTO	p.05
2.1-APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	p.05
2.1.1- CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS	p.07
2.1.2- PORTFÓLIO DE PRODUTOS	p.08
2.1.3- CARACTERIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO	p.10
2.2-MELHORIA NO PROCESSO	p.12
2.3-ANÁLISE FINANCEIRA	p.14
3- CONCLUSÃO	p.17
4- BIBLIOGRAFIA	p.17

1-INTRODUÇÃO

O projeto desenvolvido para abordar a rotina da empresa e avaliar possíveis falhas no processo produtivo, financeiro e armazenamento enfrentado pela empresa.

As análises serão aplicadas em todos os setores da empresa, sendo focado principalmente na parte de produção e armazenamento de produtos.

O projeto analisará melhoria contínua de processo, na qual, junto ao responsável pela empresa, serão implantadas ferramentas de gestão de produtos, gestão de processos ou gestão de operações. O grande motivo para realização é que a empresa não possui nenhum controle de estoque e armazenamento o que faz com que a empresa tenha percas no processo de compra, vezes comprando desnecessariamente insumos que já possuem em estoque e deixando de compra outros que acabam por ficarem em falta.

O foco deste projeto é encontrar uma forma de facilitar a localização dos produtos, e controle dos mesmos para que haja uma redução de custos, de tempo, e possíveis dores de cabeça que venha causar a empresa a falta de controle.

Este plano de negócios aborda a empresa Super Mix, uma casa de açaí de Aguai, a empresa fornece entregas e consumo no local de diversos tipos de açaí, Cupuaçu, Pitaya e diversos sabores de sorvete, a dificuldade que a empresa vem enfrentando é justamente nos vários tipos de adicionais que acompanham os produtos vendidos, além de apontar as possíveis falhas o projeto visa propor uma solução para um melhor desenvolvimento de todo processo da empresa.

2 - DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO

Através do uso do conteúdo abordado nas aulas e uso das ferramentas apresentadas por elas nesse módulo, é possível ter uma visão crítica da empresa e observar os pontos de falhas que podem ser melhorados.

2.1-APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A Empresa foi inaugurada em 23 de julho de 2018, na cidade de Aguaí.

Razão social: Mauricio Donizete Carlos 08602461836.

Endereço: Avenida Barão do Rio Branco, 827-B, Centro – Aguaí-SP.

CNPJ:30.994.825/0001-30.

Telefone: (19) 992367852 – (19) 36525817

E-mail: supermixaguai@hotmail.com

Facebook: /supermixaguai

Instaram: @supermixaguai

A empresa inaugurada pelo senhor Mauricio teve suas atividades iniciada em junho de 2018, um mês após o encerramento das atividades de uma outra empresa que era gerida pelo filho, que mudou da cidade e passou para o pai toda estrutura de móveis e processos da mesma. A empresa anterior cujo nome fantasia era Super Shake Mix.

No início das atividades a empresa também vendia bolos, tortas de doces, porém com baixo rendimento financeiro esses produtos acabaram por serem cortados, focando exclusivamente na venda e entrega de açaí.

A empresa teve as suas atividades iniciadas na rua Treze de Maio, 890. Parque Miguelito, mas teve seu endereço alterado em outubro de 2018 para o atual endereço.

A Super Mix além do dono conta com mais um funcionário fixo e um diarista que as atividades nos finais de semana, e um entregador.

Missão

Oferecer um açaí de qualidade e preço justo, a fim de proporcionar satisfação completa de seus clientes ao consumir os seu produtos.

Visão

Ser uma empresa atuante e abrangente com características inovadoras, visando crescimento contínuo e consolidar-se como referência.

Valores

Respeito aos clientes e funcionários.

Comprometimento com a ética e moral onde atua.

Inovação, Credibilidade e honestidade.

Segue abaixo logo da empresa:

Imagem 01: Logo



2.1.1- CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

Visão Sistêmica

A empresa adota com seus fornecedores um relacionamento de colaboração e confiança na qualidade do produto oferecido.

A estratégia de negócios da Super Mix é a de investir em análise de mercado, atualmente a empresa trabalha com aproximadamente seis fornecedores fixos, que fazem entregas a cada 15 dias dependendo da necessidade da empresa, contudo, alguns produtos que possuem consumo diário são comprados pela empresa duas vezes por semana, pois duração dos mesmo é curta (exemplo: morangos, bananas, kiwis e demais frutas). A Super Mix realiza periodicamente pesquisas de mercado para as compras de produtos visando economia.

Suprimentos

A quantidade de compra é definida de forma sazonal (verão, ou dias de sol e calor ocorrem consumo maior) onde de acordo com que se é observado no estoque é repostos.

Além de frutas a empresa compra cereais, doces caldas, cremes e diversas guloseimas para a elaboração dos adicionais, além de caixas de açaí e derivados para o estoque.

Armazenagem

Por se tratar de uma empresa de pequeno porte e sem grandes processos de produção o estoque tanto de insumo quanto de embalagens são armazenados na própria empresa em três armários e um freezer, além de uma geladeira.

Em época de alta temporada a empresa faz uso de mais dois freezers para revenda de sorvetes, tanto massas quanto picolés, variando de acordo com a procura de clientes no local.

A Super Mix não faz uso de nenhum equipamento para movimentação, uma vez que seus produtos podem ser estocados e pequenas caixas de papelão, alterados de lugar apenas quando a necessidade por falta ou excesso de produto.

Grafico1

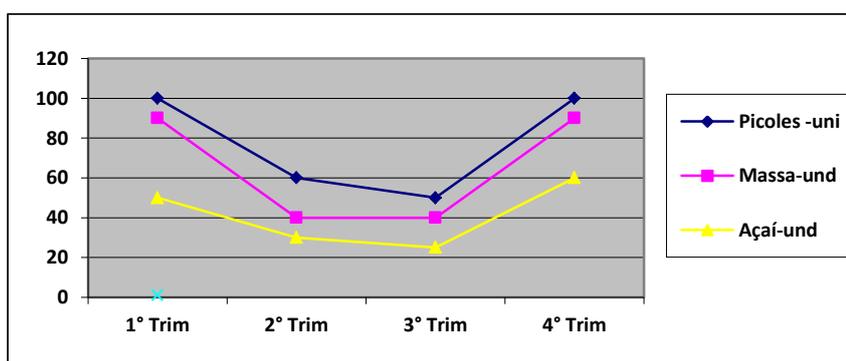


Tabela 1

	1° Trim	2° Trim	3° Trim	4° Trim
Picoles -uni	100	60	50	100
Massa-und	90	40	40	90
Açaí-und	50	30	25	60
Total	240	130	115	250

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

Sendo as os valores referentes as quantidades de caixas guardadas nos estoques.

A quantidade de caixas de açaí refere a quantidade de 10kg por caixa assim como sorvete de massa e frutas compradas durante o semestre.

2.1.2- PORTFÓLIO DE PRODUTOS

DESENVOLVIMENTO DO SERVIÇO

O processo de desenvolvimento de serviço e produtos da empresa é separado em três etapas Pré, desenvolvimento e Pós desenvolvimento. Cada uma delas pode ser desenvolvida por uma única pessoa, entretanto as atividades são realizadas por três pessoas, geralmente realizadas por uma pessoa a cada etapa.

Pré Desenvolvimento

Compra e estoque

Essa etapa inicial, quando é feito o contato com os fornecedores para compra de insumos a serem utilizados. Essa etapa é realizada pelo próprio dono da empresa. São 6 fornecedores fixos onde as compras são feitas regularmente a cada 15 dias, podendo variar de acordo com a demanda de mercado.

O estoque é composto por dois freezers e dois armários onde é depositado todos insumos após a entrega, a empresa não oferece nenhum controle mais específicos dos mesmos. A Super Mix trabalha com modelo de estoque que lembra o “Just in Time” no qual

as compras são feitas a curto prazo de acordo com a necessidade da empresa, a conferência do estoque é feito semanalmente.

Desenvolvimento

Venda, Montagem do produto e entrega

A Super Mix oferece dois meios de compra: presencial ou por meio de redes sociais.

O meio presencial de compra é feito na própria loja física, onde o cliente se desloca e escolhe os ingredientes do cardápio de acordo com seu desejo. Outro meio de compra ocorre através do uso de redes sociais (Whatsapp e Facebook) onde os clientes entram em contato com a empresa e solicitam a entrega do seu pedido em sua residência, a empresa envia fotos já salvas do cardápio para que os clientes agilizando a escolha e facilitando o processo.

A empresa possui um funcionário que é encarregado de montar os pedidos, observando sempre a quantidade desejada e a qualidade dos mesmos. Todo processo é feito manualmente em um curto prazo, buscando atender plenamente os clientes.

A entrega é feita por um motoboy, com os produtos dentro de uma caixa térmica afim de manter a temperatura ideal dos produtos para entrega. O faturamento é feito no ato.

Pós Desenvolvimento

Pesquisa de satisfação

A empresa realiza periodicamente em sua página do Facebook uma pesquisa de satisfação dos clientes visando saber sobre a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, assim a empresa tem um norte com relação de tudo o que é oferecido.

GERENCIAMENTO DE SERVIÇO E DADOS

Todo gerenciamento da empresa é feita pelo próprio dono da empresa que se encarrega de fazer as compras e vendas dos produtos, supervisiona o processo de montagem e entrega, além de fazer as pesquisas de satisfação.

As informações são armazenadas em um único caderno de agenda onde ele faz todas as anotações desde pedidos e controle de livro caixa, os pedidos são anotados em canhotos de pedidos e passado para o processo de montagem, no mesmo local é feito a anotação de endereço de entrega.

PROBLEMA RECORRENTE E PLANO DE AÇÃO

Foi notado durante o decorrer do projeto que a empresa não possuía um pleno controle de seu estoque o que causava alguns transtornos a mesma, pois por várias vezes faltava determinado adicional e a empresa acabava por deixar os clientes em falta.

A partir desta dificuldade foi sugerida a empresa a criação de uma tabela para controle do estoque, entradas e saídas de produtos.

Segue modelo em anexo 01

2.1.3- CARACTERIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO

A Super Mix não tem produção própria, trabalha com revenda de produtos prontos, apenas monta os pratos (no caso em copos ou tigela).

A venda é feita direta no balcão ou através de pedidos pela página do Facebook da empresa ou ainda pelo aplicativo de Whatsapp, após a elaboração dos pedidos, o mesmo é passado para o processo de montagem na cozinha da empresa, após isso segue para o motoboy que se encarrega de fazer a entrega e o faturamento é feito no ato de entrega, sendo pagamento a vista ou em cartão de crédito. A também a venda direta no balcão da empresa que não exige o processo de geração de pedidos e entrega no endereço do cliente. Todo processo podemos observar no Fluxograma abaixo:

Fluxograma de processo da empresa



Processo produtivo 01 – Vendas

A venda em sua maioria na empresa ocorre através de pedidos em redes sociais (Facebook, Instaram e Whatsapp) onde a empresa foca sua divulgação de produtos. A empresa tem cerca de 65% das vendas através de pedidos em aplicativos, sendo apenas 35% feito no local. Ao registrar o pedido é solicitado o endereço de entrega e o nome do cliente para recebimento, também é questionado o tipo de pagamento.

Processo produtivo 02 – Montagem

Um a pessoa fica a cargo de montar todos os pedidos feitos. A montagem começa pela separação dos ingredientes que vão compor o pedido, também verifica o tamanho do copo ou pote. Todo processo é manual e demora no máximo 10 minutos para execução.

Processo produtivo 03 – Transporte e Entrega

A empresa tem à disposição um motoboy para fazer a entrega dos pedidos, o transporte do alimento ocorre dentro de caixas térmicas. O tempo de transporte é feito imediatamente após o processo de montagem, e o tempo de entrega pode variar de acordo com a distância do local de entrega, geralmente não ultrapassando uma hora.

Processo produtivo 04 – Faturamento

O pagamento ocorre no ato de entrega do produto e pode ser feito em dinheiro ou mediante cartão de crédito, a empresa não gera nota fiscal, apenas comprovantes de venda.

2.2-MELHORIA NO PROCESSO

Brainstorming

De acordo com as informações que foram levantadas em reunião com os membros da empresa, foi sugerido elaborar um Brainstorming afim de encontrar soluções práticas para as maiores preocupações da empresa, sendo elas: Baixo faturamento no inverno e Atrair novos clientes.

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 4 sugestões apuradas no brainstorming:

Fazer promoções.
Vender salgados ou outros produtos em períodos de baixa temporada.
Aumentar o número de propagandas.
Redecorar o ambiente da empresa.

Dentre as principais sugestões de melhoria a empresa optou por priorizar dois itens “Vender salgados ou outros produtos em período de baixa temporada” e “Fazer promoções”.

A princípio para sanar o problema de baixo faturamento do inverno 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.

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.

Observação

O que foi observado através de pesquisa que o produto tem queda de praticamente 50% em período sazonal. Muitos clientes passam pela empresa a procura de salgados ou outros tipos de comidas quentes.

2. Análise

Analisando o mercado de modo geral pode se dizer que o melhor período para lançamento e durante a baixa temporada de vendas para que a novidade possa atrair novos clientes, o que nos permite estipular um prazo de 30 dias para o lançamento oficial do produto.

Plano de ação

Primeiramente a empresa procurará fornecedores para ver quais tipos de produtos pode ser inserido na empresa, comprar salgados prontos, divulga-los nas redes sociais e panfletos. Estipular prazo e custo para o processo

3. Ação

Primeiro o contato será realizado com os possíveis novos Fornecedores, fazer pesquisa de preço e avaliação do custo benefício. Entrar em contato com uma gráfica e solicitar a produção de panfletos. Comprar o novos produtos e testa-los.

Fazer a distribuição de panfletos nos arredores da empresa e divulgação nas redes sociais.

4. 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 tipos de produtos que incrementem, para uma nova bateria de validação que ocorrerá nos 30 dias seguintes, nesta pesquisa será avaliado, sempre conferindo a reação do faturamento.

5. Padronização

Após os 60 primeiros dias e com o resultado de aceitação do público irá ser fixado no cardápio da empresa, no qual será definido as quantidades e frequência de compras e forma de armazenamento, e definido os valores de venda.

6. 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 se tem enquadramento financeiro no tipo MEI, seu faturamento médio não ultrapassa R\$5.000,00 mensais na maior parte do ano, contudo por se tratar de produtos sazonais a venda em determinados períodos do ano podem chegar até R\$7.000,00. O investimento inicial da empresa é de R\$5.500,00, este valor foi inserido na compra de móveis, estoque, uma moto para entrega e capital de giro.

Segue abaixo tabela com valores de investimento inicial:

Quantidade	Descrição	Valor estimado
01	Honda Bis (usada)	R\$2.200,00
02	Freezer (ambos usados)	R\$1.600,00
01	Balcão (semi novo)	R\$400,00
02	Armário (novos)	R\$200,00
03	Mesas (usadas)	R\$200,00
08	Cadeiras (usadas)	R\$200,00

O restante do valor investido ficou na compra de insumos, utensílios e gastos extras.

A empresa possui apenas um controle de livro diário onde ela anota toda entrada e saída da empresa, a variação de faturamento e custo ocorre de forma sazonal. De acordo com levantamento feito na empresa para a venda mensal há um total de médio de venda de 40 litros entre açaí, sorvetes de massa entre outros. Segue abaixo tabelas de Plano Financeiro;

Preço de venda:

200ml	R\$5,00
300ml	R\$7,50
400ml	R\$10,00
500ml	R\$12,50
700ml	R\$15,00
Adicional (cada)	R\$2,00

Custos e despesas variáveis:

Item	Valor
Açaí, Cupuaçu, Pitaya	300,00
Conta telefônica	50,00
Embalagem em geral	40,00
Recheios e coberturas	120,00
Combustível	200,00
Eletricidade	150,00
Mão de obra (variável)	400,00
Sorvete massa	250,00
Picolés	100,00
Total	1.610,00

Custos Fixos:

Item	Custo mensal
Mão de obra	900,00
Aluguel	500,00
Propagandas	80,00
Depreciação	100,00
Total	1.580,00

Despesas Fixas:

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

Cálculos dos pontos de equilíbrio mensal de 500 unidades, vendidos a R\$ 10,00 o 300ml, o valor não é fixo, podendo variar de acordo com a quantidade de adicional nos pedidos, porem eles contam com valores separados, que a empresa não tem um valor correto.

Cálculo dos pontos de equilíbrio:

A venda de açai corresponde a R\$5.000,00.

A margem de custo variável é de 31%

A margem de custo fixo de 31%.

A margem de Despesa de 2,5%

Ponto de equilíbrio = gastos fixos / % de margem de contribuição

R\$1580,00 / 33,5%

= R\$4716,41

Assim sendo a empresa precisa vender R\$4716,41 para poder pagar as suas despesas e custos.

3-CONCLUSÃO

O projeto apresentado realizado na empresa Super Mix em Aguai, mostra a rotina de uma micro empresa e as dificuldades apresentadas na gestão da mesma, propõem de maneira simples soluções que facilitem a empresar a sanar os imprevistos em sua logística de modo geral. Com uma breve consultoria mostra que a empresa precisa desenvolver melhor o seu controle de estoque e financeiro. A indicação de planilhas para esse tipo de controle são de suma importância para o futuro da empresa no mercado.

De modo geral este projeto mostra tanto aos alunos quanto ao próprio gestor a importância de ter um controle geral de vários setores e processos por menores que sejam, pequenos detalhes podem ser crucial para o crescimento.

Conclui se pôr fim que a proposta de lançamento de um produto novo para período sazonal aliado com um bom material de divulgação pode sim manter o faturamento da empresa, em épocas de baixa temporada.

4-BIBLIOGRAFIA

KRUEGER, R.A. **Focus groups:** a practical guide for applied research. 2. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1994.

Super Mix. Disponível em <[http:// facebook.com/supermixaguai](http://facebook.com/supermixaguai)> Acesso em 06 de maio 2019.