



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

PROJETO INTEGRADO
ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA
MAHLE

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MARÇO, 2023

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

PROJETO INTEGRADO
ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA

MAHLE

MÓDULO GESTÃO DA CADEIA DE VALOR

GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE
PRODUTOS – PROF^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO

GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS – PROF^a RENATA
ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES

ESTUDANTES:

Ingrid Gomes da Costa, RA 1012019100715
Larissa Ap. F. Fiamenghi, RA 1012020100624
Renan Carvalho e Camacho, RA 1012020100381
Wellington Fonseca, RA 1012020100516
Wellinton Luis de O. Teixeira, RA 1012019200380

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MARÇO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS	5
3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA	6
3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA	9
3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	12
3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS	14
3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS	17
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CRIANDO O NOVO	20
3.3.1 CRIANDO O NOVO	21
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	26
4. CONCLUSÃO	28
REFERÊNCIAS	29
ANEXOS	31

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo estudar e entender a cadeia de valor, desde a produção, custo e logística, dos produtos da empresa Mahle Metal Leve SA. A empresa atua na área de produção de autopeças e sistemas de filtragem para a indústria automotiva.

O principal objetivo da discussão é através do entendimento da cadeia de valor da empresa, entregar mais valia para o cliente dentro do mercado de produtos e estabelecer um elo de ligação entre empresa e público alvo.

Ao final, é possível entender quais processos agregam valor ao produto e quais processos são meramente produtivos. É possível identificar quais os custos fixos, variáveis e final de cada produto. Ao ser vendido e distribuído em uma catraca infundável de opções dentro de lojas e multimercados, o consumidor final não é capaz de entender tamanha responsabilidade.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Mahle Metal Leve SA inscrita no CNPJ 60.476.884/0001-87, sito a Av Ernst Malhe, 2000 na cidade de Mogi Guaçu-SP telefone de contato (19)3861-9100, é uma empresa brasileira de grande porte que atua na área de fabricação de autopeças e sistemas de filtragem para a indústria automotiva.

Fundada em 1920, e logo também em 1981, Fundação da Metalúrgica Mogi Guaçu Ltda, no Brasil, uma joint venture entre a MAHLE e a Metal Leve (agora MAHLE Metal Leve S.A.) a empresa de fabricação de pistões, alegres, camisas de cilindro, bronzinas, filtros de óleo e ar, entre outros produtos para motores de combustão interna. Atende a diversos segmentos da indústria automotiva, incluindo fabricantes de automóveis, fabricantes de veículos comerciais e fornecedores de peças de reposição.

A Mahle Metal Leve SA possui mais de 4.000 funcionários e opera em várias unidades fabris em todo o Brasil e em outros países da América Latina. A empresa faz parte do Grupo Mahle, uma multinacional alemã presente em mais de 30 países e com mais de 80 mil funcionários em todo o mundo.

Além disso, tem um forte compromisso com a sustentabilidade, adotando práticas responsáveis em suas operações e produtos.

Os princípios e valores da Mahle Metal Leve SA incluem:

- Integridade e ética: A empresa se compromete a agir com transparência, honestidade e ética em todas as suas operações.
- Inovação: A empresa busca constantemente inovar em seus produtos, processos e serviços para atender às necessidades dos clientes e do mercado.
- Qualidade: A Mahle Metal Leve SA se esforça para fornecer produtos e serviços de alta qualidade, buscando a excelência em todas as áreas.
- Valorização das pessoas: A empresa valoriza seus funcionários, promovendo um ambiente de trabalho seguro, saudável e inclusivo, com oportunidades de desenvolvimento e crescimento profissional.

- Orientação para o cliente: A Mahle Metal Leve SA coloca o cliente em primeiro lugar, buscando entender suas necessidades e oferecer soluções eficientes e eficazes para atendê-las.

Esses princípios e valores são parte integrante da cultura corporativa da empresa e orientam suas atividades em todos os níveis.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

A Mahle está, sistematicamente, adotando uma estratégia dupla para pesquisa e desenvolvimento, trabalhando intensivamente na maior otimização do motor de combustão interna e, ao mesmo tempo, focando mais fortemente no desenvolvimento de conceitos alternativos de propulsão, tais como mobilidade elétrica baseada em baterias.

Os engenheiros e técnicos em todo o mundo estão trabalhando no desenvolvimento contínuo do motor de combustão e seus componentes auxiliares, bem como sistemas de acionamento alternativos, como motores elétricos e células de combustível. Esses especialistas também estão trabalhando em questões relacionadas ao gerenciamento térmico integrado dentro do veículo e pesquisando soluções para melhorar a sustentabilidade de sistemas e componentes.

Nossos principais temas baseiam-se em uma base sólida de fatores perenes que moldaram nossa empresa desde a sua fundação: uma busca incessante para responder a novos desafios, e, acima de tudo, um amor pelo automóvel e por sua tecnologia. Esses fatores nos levam a encontrar soluções ainda melhores que continuamente levam nossos clientes ao próximo nível, enquanto os estimulam e inspiram continuamente.

A transferência de conhecimento entre indústria e ciência, além de atividades de pesquisa que vão além das fronteiras do grupo, ajudam a liberar potencial adicional para o desenvolvimento de tecnologias veiculares mais eficientes. A MAHLE concentra-se na otimização não apenas de veículos de passeio, mas também de veículos comerciais pesados e motores de grande porte.

3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA

A estratégia em logística é o processo de planejamento e implementação de atividades e decisões que visam atender às necessidades dos clientes de forma eficiente, minimizando custos e maximizando os resultados.

Essa estratégia envolve uma série de elementos, tais como gestão de estoques, transporte, armazenamento, gestão de pedidos, entre outros, que visam otimizar os fluxos de materiais e informações em toda a cadeia de suprimentos. Podendo-se ser considerada como um elemento chave para o sucesso de uma organização, uma vez que ela está diretamente ligada à satisfação do cliente e à eficiência operacional.

É importante salientar que a estratégia em logística deve ser desenvolvida de forma integrada com as outras áreas da empresa, para garantir uma visão sistêmica do negócio e uma tomada de decisão mais efetiva.

Para o SILVA (2017), uma empresa pode desenvolver uma série de Estratégias Logísticas para linhas de produtos específicos, países específicos ou clientes específicos. As empresas que desenvolvem e implementam uma Estratégia Logística, tem a capacidade de identificar o impacto das mudanças iminentes e fazer mudanças organizacionais ou funcionais para garantir que os níveis de serviço não sejam reduzidos.

Uma empresa pode começar a desenvolver uma Estratégia Logística, olhando para quatro níveis distintos de sua organização Logística:

- **Implementação:** A chave para desenvolver uma Estratégia Logística bem-sucedida é como ela deve ser implementada em toda a organização. O plano de implementação inclui o desenvolvimento ou a configuração de um sistema de

informação, a introdução de novas políticas e procedimentos e o desenvolvimento de um plano de gestão de mudanças.

- **Estratégico:** Ao examinar os objetivos da empresa e as decisões estratégicas da cadeia de suprimentos, a Estratégia Logística deve rever como a organização contribui para esses objetivos de alto nível.

- **Estrutural:** A Estratégia Logística deve examinar as questões estruturais da organização, como o número ideal de armazéns e centros de distribuição, ou quais produtos devem ser produzidos em uma fábrica específica.

- **Funcional:** Qualquer estratégia deve rever como cada função separada na organização pode alcançar a excelência funcional.

Todos os componentes da operação devem ser examinados para determinar se podem ser obtidos quaisquer benefícios potenciais em termos de custos. Existem diferentes áreas essenciais para cada empresa, mas a lista deve incluir, pelo menos, o seguinte:

- **Transporte:** As atuais Estratégias de transporte ajudam nos níveis de serviço?

- **Terceirização:** Que tipo de terceirização é usada na função Logística?

Uma parceria com uma empresa de terceiros melhoraria os níveis de serviço?

- **Sistemas Logísticos:** Os sistemas Logísticos atuais fornecem o nível de dados necessários para implementar com sucesso uma Estratégia Logística ou são necessários novos sistemas?

- **Concorrentes:** Analise o que os concorrentes oferecem. As mudanças no serviço ao cliente da empresa podem melhorar os níveis de serviço?

- **Informação:** As informações que impulsionam a organização Logística são em tempo real e precisas? Se os dados forem imprecisos, então as decisões que forem tomadas serão erradas.

- **Revisão da Estratégia:** Os objetivos da organização Logística estão alinhados com os objetivos e Estratégias da empresa.

Ao se implementar uma Estratégia Logística com sucesso, as empresas se dedicam a manter os níveis de serviço nos níveis mais altos possíveis, apesar das mudanças que ocorrem na cadeia de suprimentos.

Com o objetivo de garantir que você e sua empresa estão entregando aos seus clientes o que eles querem, quando eles querem e realizam tudo isso por gastar o menor

dinheiro possível.

Ao seguir estas diretrizes, você pode garantir que sua Logística esteja alinhada com as necessidades de seus clientes, suas metas de estoque e metas de redução de custos da sua empresa.

Mas, lembre-se que sua empresa pode precisar revisar sua Estratégia Logística de tempos em tempos, conforme a cadeia de suprimentos e as prioridades da cadeia mudam.

A estratégia em logística da Mahle Metal Leve SA é baseada em uma abordagem integrada que busca a eficiência e a redução de custos em toda a cadeia de suprimentos, desde a compra de matérias-primas até a entrega dos produtos aos clientes.

Para isso, a empresa adota tecnologias de informação e comunicação para o gerenciamento e controle de todas as etapas do processo logístico, garantindo visibilidade e rastreabilidade de todas as operações. Além disso, busca continuamente aprimorar seus processos logísticos, identificando oportunidades de melhoria e implementando soluções que aumentem a eficiência e a produtividade.

Possuindo um amplo portfólio de produtos, fornecendo não somente itens avulsos, mas também sistemas completos, integrados e customizados para as necessidades específicas dos principais clientes. Isso permite trabalhar como parceiros e fornecedores preferenciais destes clientes, desde a concepção e engenharia até a fabricação de determinado produto, o que proporciona a oportunidade de desenvolver produtos novos, aperfeiçoar os produtos existentes e propor soluções antecipadamente. Por tais motivos, mantêm uma relação muito próxima com clientes, o que se espera ser um diferencial competitivo importante frente aos seus concorrentes e um fator decisivo para a capacidade de manter e, eventualmente, aumentar a participação de mercado (market share).

Não à toa que valoriza a parceria com fornecedores e compradores de serviços logísticos, buscando estabelecer relações de confiança e colaboração para garantir a qualidade e pontualidade na entrega dos produtos. A estratégia em logística da Mahle Metal Leve SA está clara com sua visão de ser reconhecida como uma empresa líder em eficiência e qualidade na cadeia de suprimentos automotivos, e contribuir para o atendimento das expectativas e necessidades dos clientes em todo o mundo.

3.1.2 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA

Prover a capacidade produtiva para satisfazer a demanda atual e futura é uma responsabilidade fundamental da atividade de administração da produção. Um bom equilíbrio entre capacidade e demanda pode gerar altos lucros e resultar em clientes satisfeitos. Mas atingir o equilíbrio envolve decisões que afetam toda a organização:

- Decisões sobre a capacidade têm impacto sobre toda a empresa.
- Todas as funções da organização fornecem entradas vitais para o processo de planejamento.
- Cada função do negócio deve planejar e controlar a capacidade de suas próprias “micro-operações” para atender a função de produção principal.

O termo capacidade é geralmente associado a algo estático, como o volume ou capacidade do porta-malas de um automóvel, ou de uma caixa d’água, ou a capacidade ou lotação de um cinema, de um avião, etc. Nesse sentido, a capacidade descreve o tamanho da operação, mas não descreve a capacidade de processamento. Quando utilizamos o termo capacidade para descrever capacidade de processamento, deve-se adicionar o fator tempo.

Capacidade é, portanto, o máximo nível de atividade de valor adicionado em determinado período de tempo que o processo pode realizar em condições normais de operação.

Em determinada operação podemos ter:

- Parte dos postos de trabalho observados operam abaixo de sua capacidade, visto a demanda ser insuficiente para “preencher” a capacidade do posto.
- Alguns outros postos trabalham “a plena carga”, no que se denomina “capacidade máxima”.

Estes postos não permitem mais nenhuma adição de ordens novas, sendo, portanto, assumidos como as restrições de capacidade para toda a operação.

Entende-se por planejamento e controle da capacidade a tarefa de determinar a capacidade efetiva da operação produtiva, de forma que ela possa responder à demanda, o que quer dizer como decidir a reação da operação perante as flutuações da demanda.

As decisões tomadas no planejamento das políticas de capacidade de médio e curto prazo vão afetar diversos aspectos de desempenho:

- Os custos são afetados pelo equilíbrio entre capacidade e demanda. Se houver excedente de capacidade, temos subutilização da mesma e, portanto, alto custo unitário;
- As receitas são afetadas como os custos, porém de forma oposta: como existe excedente de demanda, significa que toda a demanda será atendida, não havendo perda de receitas;
- O capital de giro será afetado, por exemplo, pela produção de estoques para atender a demanda, que deve ser financiado pela organização;
- A qualidade dos bens ou serviços pode ser afetada devido à contratação de mão de obra terceirizada ou temporária, podendo aumentar a incidência de erros;
- A velocidade de resposta à demanda pode ser melhorada, seja pela criação dos estoques ou pelo aumento deliberado da capacidade, evitando-se filas;
- A confiabilidade será menor tanto quanto a capacidade total estiver mais próxima da demanda, visto a produção, nessa situação, perder sua flexibilidade;
- A flexibilidade de volume é melhorada pela capacidade excedente, mas se a capacidade estiver próxima à demanda, não será possível atender às variações desta.

Na maioria das organizações, a previsão de demanda é de responsabilidade dos departamentos de vendas e marketing, sendo a principal entrada para as decisões de planejamento e controle da capacidade. Sem uma estimativa de demanda futura não é possível planejar para futuros eventos, restando somente reagir a ele. As previsões de demanda devem obedecer a três requisitos:

- Ser expressa em termos úteis para o planejamento e controle da capacidade (muitas vezes previsões baseadas em resultados financeiros não são úteis para quem administra a gestão da produção)
 - Ser tão exata quanto possível (mesmo sabendo que podem mudar antes da produção ocorrer, ou mostrarem-se muito diferentes da demanda real).
 - Dar uma indicação da incerteza relativa, tendo por base a estatística da demanda, determinando uma distribuição da mesma para cada período avaliado.

A MAHLE América do Sul atua na região desde a década de 1950 e conta com 7 unidades no Brasil (5 fábricas, 1 centro de distribuição e 1 centro de pesquisa e desenvolvimento), 2 unidades na Argentina (1 fábrica e 1 centro de distribuição), além de 1 escritório de vendas no Panamá. Possuímos um amplo portfólio de produtos e soluções integradas, desenvolvidas de forma customizada em conjunto com nossos clientes. Estamos presentes no mercado OEM (sigla em inglês para Original Equipment Manufacturers), cujos clientes são as montadoras de automóveis, e no segmento de peças para reposição (Aftermarket, em inglês), cujos clientes são os grandes distribuidores de autopeças e retíficas de motores. O nosso Centro de Pesquisa e Desenvolvimento é o 2º maior centro de tecnologia em motorização (powertrain, em inglês) da América do Sul, para desenvolvimento e testes de componentes, soluções integradas para motores a combustão interna e soluções para mobilidade sustentável e descarbonização. Nossa inserção no Grupo MAHLE nos permite, de forma global, trocar conhecimentos, fornecer e ter acesso constante às tecnologias de última geração, bem como atuar juntamente com nossos clientes no desenvolvimento de novos produtos, sendo este um fator fundamental para o alto nível de penetração e fidelização. Parte fundamental de nossas operações na América do Sul é a MAHLE Metal Leve S.A. (MML), uma companhia brasileira de capital aberto listada no segmento do “Novo Mercado” (mais elevado nível de governança) da B3 (Bolsa de Valores de São Paulo).

Principais números

	Locais de produção / Centro Tecnológico	Funcionários	Vendas (em R\$ milhões)
MAHLE América do Sul	8 / 1	8.736	4.655
MAHLE Metal Leve S.A.	6 / 1	7.516	3.615

Trabalhadores Qualificados

Cada área produtiva inclui uma equipe autônoma. Esta equipe consiste de operários, técnicos hábeis, especialistas e equipes de apoio em áreas como trabalho de preparação, garantia da qualidade, manufatura de protótipos e logística. Nossos produtos são feitos com equipamentos de manufatura de ponta, projetados especificamente para atender às necessidades da nossa produção. Naturalmente fazemos isso, ao mesmo tempo em que atendemos aos mais altos padrões de qualidade. Este é um trabalho para pessoas motivadas e tecnicamente interessadas, que estejam buscando uma posição que ofereça variedade.

3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

Custo é todo e qualquer gasto ou saída de caixa que uma empresa tem, e que estejam diretamente relacionado à produção dos produtos ou serviços.

Para que uma empresa possa ter sucesso, ela precisa não apenas saber quais são seus custos, mas traçar a melhor estratégia para gerenciá-los. Se os custos forem mais altos que a receita, provavelmente o negócio não conseguirá se manter em pé por muito tempo.

A definição do orçamento de uma empresa é feita por meio da análise das movimentações financeiras da mesma – incluindo as receitas, custos e despesas. Dessa forma, os responsáveis pelo planejamento orçamentário conseguem segmentar o montante necessário para a realização de cada atividade do negócio, o que normalmente pode resultar em diferentes centros de custo na organização.

Conhecendo bem os custos e despesas, as empresas têm noção clara do orçamento necessário para funcionamento e conseguem fazer movimentações ou adaptações no planejamento financeiro de acordo com a entrada de receitas.

Para facilitar a análise dos custos da empresa, eles são classificados de diferentes formas:

Custos fixos: São aqueles que não mudam de acordo com a maior ou menor produtividade da empresa. Ou seja, não importa se uma organização produziu um ou 100 produtos, o custo será o mesmo.

Custos variáveis: Ao contrário dos custos fixos, os custos variáveis podem mudar de acordo com a produção da empresa. Ou seja, se a produção aumenta, o custo aumenta – e se a produção diminui, o custo também diminui.

Custos semivariáveis ou semifixos: São os custos que contemplam uma parte fixa e uma parte variável. Ou seja, quando o gasto possui um valor mínimo cobrado pelo fornecedor ou distribuidor, além de um valor que depende da quantidade de produção daquele período.

Agora que você já sabe o que é custo e suas classificações entre fixo, variável, semifixo e semivariável, chegou a hora de entender as segmentações que definem como eles funcionam. Confira:

Custo operacional: É o resultado da soma dos custos dos serviços ou produtos vendidos e das despesas operacionais – ou seja, os gastos necessários para organização do funcionamento de uma empresa.

Custo total: Indica a soma total de todos os gastos relacionados à produção de uma empresa, independentemente de onde vêm, se são fixos ou variáveis.

Custos diretos e indiretos: Custos diretos são aqueles relacionados diretamente à atividade-fim de uma empresa, como a matéria prima para produção daquela mercadoria.

Custos indiretos, por sua vez, são aqueles que não estão relacionados diretamente à atividade-fim da organização, mas devem ser integrados ao preço final do produto por apoiarem a produção do mesmo, como água, luz e internet, por exemplo.

Custo primário: São os custos com os recursos necessários para produção, como a matéria-prima.

Custo de transformação: Indica o valor do esforço investido pela empresa para transformar a matéria-prima no produto final. Para calculá-lo, basta somar todos os custos de produção, exceto os recursos de matéria-prima adquiridos.

Para definir o quanto uma empresa precisa receber em receita, é necessário saber exatamente o valor necessário para mantê-la funcionando, a partir de todos os gastos de produção, estrutura e organização.

Dessa forma, é possível definir a margem de contribuição de cada produto e entender a melhor maneira de precificá-lo. É apenas dessa forma que uma organização consegue planejar, de forma clara e objetiva, sua obtenção de lucros.

A importância da classificação correta também implica na obtenção de dados de confiança para que os empreendedores possam planejar mudanças mais rentáveis para aquela organização, com possíveis cortes de custos ou aplicações de investimentos.

3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS

Um custo pode ser definido como “qualquer recurso usado ou sacrificado para atingir um propósito ou objetivo específico” (Ferreira et al., 2014, p.62). No caso das empresas, como estas pretendem fornecer produtos ou serviços, os custos podem ser entendidos como o conjunto de recursos utilizados para que tal seja possível (Atkinson, Banker, Kaplan & Young, 2000). Para conhecer os custos de uma empresa, é necessário definir o objeto a custear, que pode ser um produto ou serviço, uma atividade, um departamento, um centro de custo, entre outros. É também necessário analisar e compreender as diversas classificações que os custos podem ter. No que diz respeito ao seu comportamento face às variações de volume de atividade, os custos podem ser classificados como fixos, variáveis ou semi-variáveis, em que:

- Custos variáveis – são custos que variam conforme o nível de atividade, sendo que este pode ser expresso de várias maneiras como, por exemplo, unidades produzidas, unidades vendidas, etc.

- Custos fixos – são custos que não se alteram com a variação do nível de atividade. Os custos fixos são realmente fixos apenas dentro de determinados limites de variação do nível de atividade, sendo que ultrapassados esses limites, os custos aumentam, tendendo a subir em “degraus” . Assim, os custos fixos devem ser classificados como tal apenas dentro de um intervalo relevante, que Garrison & Noreen (2001) definem como sendo o intervalo de atividade dentro do qual as hipóteses referentes a custos fixos e variáveis são válidas;

- Custos semi-variáveis: são custos que englobam uma parte variável e uma parte fixa.

O custo unitário dos produtos e o conseqüente valor dos inventários finais serão diferentes consoante os custos fixos sejam ou não incluídos no custo de produção. Por sua vez, esta escolha irá afetar também o resultado do período, caso exista variação de inventários. Na demonstração dos resultados por naturezas (DRN), o resultado irá diferenciar-se devido à rubrica variação nos inventários. No caso da demonstração dos resultados por funções (DRF), se os custos fixos forem incluídos no custo dos produtos, irão afetar o resultado quando os produtos forem vendidos, uma vez que se incluem na rubrica custo das vendas (CPPV) (Ferreira et al., 2014). Os custos fixos não incluídos são tratados como gastos do período em que ocorrem e, por isso, afetam o resultado através da rubrica custos de produção não incorporados (CPNI) (Ferreira et al., 2014). Deste modo, é possível explicar como surgem diferenças nos resultados do período consoante o sistema de custeio utilizado.

Os resultados apenas diferem entre cada sistema de custeio quando as quantidades vendidas são diferentes das quantidades produzidas. Ainda assim, segundo Ferreira et al. (2014), essas diferenças de resultado tendem a anular-se no longo prazo, uma vez que as vendas serão iguais à produção e todos os custos serão absorvidos pelas unidades vendidas.

É então possível distinguir três sistemas de custeio: o sistema de custeio variável, que inclui apenas os custos variáveis, o sistema de custeio total completo, que inclui os custos variáveis e a totalidade dos custos fixos e ainda o sistema de custeio racional, que inclui os custos variáveis e uma parte dos custos fixos. A parte dos custos fixos a incluir no sistema de custeio racional deve refletir a utilização da capacidade normal produtiva da empresa, sendo que, de acordo com a NCRF 18, este sistema é de utilização obrigatória para efeitos de relato externo. Cada um dos sistemas referidos apresenta pontos positivos, assim como limitações, sendo que algumas vantagens de um sistema poderão ser as desvantagens de outro e vice-versa.

O sistema de custeio variável apenas considera no custo dos produtos os respetivos custos variáveis de produção, sendo os custos fixos tratados como gastos do período em que ocorrem, através da sua inclusão na rubrica CPNI (Saraiva et al., 2018).

Os defensores deste sistema argumentam que os custos fixos não são custos de um produto específico, mas sim custos necessários para que uma determinada empresa tenha condições de produção. Assim, o custeio variável parte do princípio que, para uma empresa funcionar, já deve estar comprometida com os custos fixos e, por isso, as decisões relevantes devem basear-se nos custos variáveis. Este sistema tem várias vantagens referidas na literatura, das quais se destacam as seguintes:

- O custo dos produtos torna-se mais credível, apesar de mais incompleto, por não conter custos fixos, normalmente indiretos, repartidos através de critérios subjetivos;
- Pode ser utilizado para as tomadas de decisões relativas à fixação de preços, à decisão de comprar ou produzir e ao mix de produtos. Em contrapartida, também são apresentadas na literatura algumas limitações associadas ao sistema de custeio variável, nomeadamente:

A estrutura de custos de uma empresa pode ser composta por custos variáveis com pouco significado face aos custos fixos, caso esta apresente dimensão elevada ao nível de equipamento e elevada complexidade (Ferreira et al., 2014) ; Não é aceito para efeitos de relato externo, sendo necessário proceder à correção da valorização de

inventários; Em suma, o sistema de custeio variável, apesar de apresentar limitações, pode ser considerado um instrumento importante para a gestão. Quando o assunto é a tomada de decisão, este sistema pode ser o mais adequado por ser o que produz informações mais relevantes. No entanto, é sempre importante analisar as características da empresa, pois só assim é possível verificar se a utilização do sistema de custeio variável se justifica, tendo em conta que, segundo a para a valorização de inventários, como já referido.

3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS

O que são Custos Diretos?

Um custo direto pode ser rastreado diretamente ou associado a uma unidade ou a um centro de custo. Custos diretos são aqueles que podem estar diretamente vinculados à produção de um produto ou à prestação de serviços de uma empresa.

São exemplos de custos diretos:

- Mão de obra direta;
- Materiais diretos;
- Suprimentos de manufatura.

Como os custos diretos estão diretamente ligados à fabricação de produtos, geralmente eles têm natureza variável. Ou seja, os custos acompanham as mudanças do fluxo de produção muda.

No entanto, também existem alguns custos diretos fixos. Por exemplo, se uma empresa recruta um profissional qualificado para um projeto em andamento com base em contrato, os salários pagos ao trabalhador seriam custos diretos fixos enquanto o projeto continuar.

Sendo assim, os custos diretos podem ser classificados em:

- Custos diretos variáveis: despesas que mudam com base em quantos itens você produz ou quantos serviços você oferece.
- Custos diretos fixos: são as despesas que permanecem iguais a cada mês.

Na prática, conhecer o custo direto e indireto é uma parte fundamental para determinar o preço de seu produto ou serviço.

Se você deseja garantir que os clientes paguem mais do que você investe na sua produção ou na oferta de seus serviços, comece conhecendo os custos diretos da sua operação e fazendo uma precificação justa.

O Que São Custos Indiretos?

Agora, indo para o outro lado da moeda, os custos indiretos não podem ser vinculados a uma unidade de custo específica ou a um centro de custo, mas são incorridos na produção de produtos ou na prestação de serviços.

Também chamados de despesas gerais, esses custos não podem ser rastreados diretamente para uma única unidade de produto. São exemplos de custos indiretos:

- Materiais indiretos, como embalagem e branding;
- Trabalho indireto, por exemplo, o salário de um supervisor de local;
- Despesas indiretas, como depreciação, serviços públicos, aluguel e outras.

A dificuldade em atribuir os custos indiretos acontece porque eles estão, de certa forma, relacionados à fabricação dos produtos, mas não podem ser atribuídos a unidades individuais.

Por isso, os custos indiretos são geralmente fixos por natureza. Por exemplo, o aluguel de uma fábrica será um custo indireto de produção, mas permanecerá fixo independentemente dos níveis de produção.

Qual A Diferença Entre Custo Direto E Indireto?

A abordagem e a clareza do custo direto e indireto é fundamental para o cálculo dos custos e lucros de produção, facilitando o processo de gestão e tomada de decisão.

Para isso, é importante ter em mente as principais diferenças entre custo direto e indireto.

Custos Diretos

Os custos diretos podem ser rastreados com mais facilidade, já que são relacionados à produção, fabricação ou desenvolvimento de um produto. São características dos custos diretos:

- Relacionados à fabricação do produto, classificado em: material direto, mão de obra direta ou despesas diretas.
 - São rastreáveis aos produtos diretamente.
 - Possuem natureza variável, mas também podem ser custos diretos fixos.
 - São facilmente mensuráveis em termos de custo por unidade.
 - Exemplos de custos diretos incluem: matéria prima; salários de mão de obra direta; equipamentos e custos de produção.

Custos Indiretos

Enquanto isso, os custos indiretos não podem ser diretamente ligados à produção, fabricação ou desenvolvimento de um produto. São características dos custos indiretos:

- Não estão diretamente relacionados à fabricação de um produto;
- São difíceis de medir em termos de custo por unidade;
- São fixos, mas podem ser variáveis em alguns casos.
- Exemplos de custos indiretos incluem: serviços de utilidade pública; aluguel e seguro; marketing e vendas; frete e transporte e custos de contabilidade e depreciação.

Na prática, a principal diferença entre custo direto e indireto é a possibilidade de avaliar o cálculo por unidade.

Por exemplo, os custos das matérias-primas podem ser facilmente calculados por unidade. No entanto, os custos com despesas de marketing não podem ser atribuídos facilmente por unidade.

De maneira simples e objetiva:

- Os custos diretos são diretamente atribuíveis a uma unidade de custo ou centro de custo; e

- Os custos indiretos estão relacionados a uma unidade de custo, mas não podem ser atribuídos diretamente.

A MAHLE Metal Leve S.A. (B3: LEVE3), empresa brasileira de autopeças que atua na fabricação e comercialização de componentes de motores à combustão interna e filtros automotivos, divulga os resultados do ano de 2022

Receita Líquida de Vendas: de R\$4.224,0 milhões em 2022, o que representa um crescimento de 16,8% quando comparado com 2021. No 4T22, a Receita líquida de vendas foi 18,5% acima da verificada no 4T21.

Desempenho por mercado de atuação da Companhia: 2022 x 2021 4T22 x 4T21		
Equipamento Original Doméstico	↑ 22,2%	↑ 21,8%
Equipamento Original Exportação	↑ 3,0%	↑ 15,6%
<i>Aftermarket</i> Doméstico	↑ 31,2%	↑ 30,1%
<i>Aftermarket</i> Exportação	↑ 7,1%	↓ 22,1%
Varição total dos Mercados:	↑ 16,8%	↑ 18,5%

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CRIANDO O NOVO

Como colocar o que foi estudado até aqui em prática? O conteúdo de formação para vida: “Criando o novo” traz ferramentas de estudos reais para que tudo o que foi estudado seja possível de aplicação em casos concretos.

Uma das aplicações práticas trazidas por esse módulo é através da ferramenta “**Design Thinking**”.

3.3.1 CRIANDO O NOVO

- **Tópico 1: Design Thinking nos estudos e na profissão**

Design thinking, é uma metodologia associada ao processo de pensamento crítico para proporcionar a organização de ideias e vislumbrar a resolução de problemas.

Não se trata de uma fórmula matemática para solucionar os percalços do dia a dia, mas de um mecanismo capaz de potencializar insights criativos para dar vida a novas ideias.

No ambiente corporativo, é comum a aplicação deste conceito para aproximação de equipes de áreas diferentes, mas que se complementam. Neste contexto, a meta é consolidar um grande brainstorm no ambiente de trabalho.

As fases do design thinking são:

Imersão - É a primeira etapa do processo e consiste na fase de diagnóstico sobre quais os desafios da empresa, público a ser atingido e quais as dores dos clientes.

Ideação - É o momento em que o problema para potencializar o negócio já foi detectado. Neste contexto, começam os estudos para encontrar soluções para resolver a demanda.

Prototipação - É a etapa onde as alternativas para alavancar a visibilidade da empresa já foram encontradas e são colocadas em prática para efeito de teste. A ideia é medir a efetividade das ações.

Ação - Por fim, é chegada a hora de colocar a mão na massa. É a fase da aplicação das ideias previamente construídas na estratégia de design.

A proposta do Design Thinking é mostrar como um ambiente colaborativo e criativo pode potencializar o seu negócio. Pensando nisso, preparamos algumas dicas de como implantá-lo:

Faça um bom planejamento, antes de qualquer coisa, é importante ter em mãos um plano com definições claras sobre qual público atingir, o objetivo do seu negócio e quais as demandas destes potenciais clientes.

Esta definição prévia é que vai nortear as ações futuras, contribuindo para a eficiência de cada uma delas.

Seja flexível, o mercado de trabalho está em constante mudança e, com o crescimento da tecnologia, esta mutação impacta de forma contundente na forma como o consumidor se relaciona com a aquisição de produtos e serviços.

Esta dinâmica faz com que as empresas tenham que ser adaptáveis às mudanças que acontecem no ambiente corporativo.

Aprenda com os erros, no processo de implantação do conceito de Design Thinking vão surgir muitas ideias. Algumas serão utilizadas e outras não alcançaram a eficiência esperada e isto não é o fim do mundo.

É importante estar aberto a novas experiências, estimulando o processo de colaboração dos membros da equipe.

Invista em equipes multidisciplinares, estimule a interatividade de equipes diversas no ambiente de trabalho. A troca de ideias enriquece o surgimento de novas ideias, proporcionando para cada um a absorção de novos conhecimentos e obter novas perspectivas.

Portanto, se a sua proposta é potencializar a aplicação de novas técnicas de inovação na sua empresa, o Design Thinking é um dos caminhos para estimular o envolvimento de todos os colaboradores em prol de um mesmo objetivo.

- **Tópico 2: Há mil maneiras de pensar**

O conceito de pensamento exponencial ganhou bastante notoriedade nos últimos anos dada a constante evolução tecnológica. Algumas empresas são capazes de se preparar para mudanças e oferecer a seus colaboradores condições que os mantenham sempre atuais.

Com a força da tecnologia, a cada ano temos mudanças na forma como vivemos e trabalhamos, e novas estratégias nos são apresentadas — como o customer centric e lifelong learning. O mercado exige que as pessoas sejam capazes de se antecipar e projetar o que pode acontecer amanhã.

Em sua essência, o pensamento exponencial é uma mentalidade que reconhece a taxa de crescimento exponencial da tecnologia a fim de aproveitar seu potencial para causar um impacto positivo na vida das pessoas.

A tecnologia está evoluindo mais rapidamente do que nunca; mais do que nossa capacidade de inovar e de nos adaptar. Se quisermos usar o crescimento acelerado da

tecnologia para resolver alguns dos maiores problemas que temos na era digital, precisamos pensar exponencialmente.

Empresas como Google, Tesla, Amazon, Uber e Apple são grandes exemplos de organizações exponenciais. Basta observar o design de seus produtos e seu impacto nas gerações atuais e futuras.

Empresas na área tecnológica, em geral, são organizações exponenciais. Elas apresentam um crescimento alto, e sua existência tem tudo a ver com inovação.

Organizações com pensamento exponencial costumam ter processos muito flexíveis e, normalmente, crescem de forma rápida e sem um alto investimento financeiro.

Para conquistar o pensamento exponencial e conseguir algo grande em sua carreira, você deve se adaptar ao que acontece à frente do momento.

Aprenda sobre novas tecnologias todos os dias, preste atenção em recentes tendências e oportunidades de mercado e avalie suas barreiras existentes para entrar no pensamento exponencial. Crie também um plano de aprendizagem e tenha um compromisso de longo prazo com ele.

- **Tópico 3: Criando asas**

Você sabe o que é pensar fora da caixa? O significado desta frase não está ligado diretamente a caixas físicas e sair delas.

Esta expressão na verdade está ligada ao pensamento criativo para encontrar soluções diferenciadas para situações e problemas pelas quais todas as pessoas passam.

Conseguir fazer isso é deixar de lado os padrões que podem limitar seus pensamentos e conseguir olhar para opções que não são óbvias.

Por isso, é comum que algumas pessoas acreditem que a criatividade é algum tipo de dom inerente às pessoas. Essa qualidade também é comumente ligada a trabalhos artísticos, comunicativos, de marketing ou publicidade.

A verdade é que qualquer pessoa, atuando em qualquer área, pode contar com os benefícios do pensamento criativo. Engenheiros, empresários, vendedores e até mesmo advogados podem se beneficiar de pensamentos inovadores.

Pensar de forma diferenciada e encontrar soluções criativas é algo fundamental para que empreendedores consigam inovar e ter novas perspectivas sobre seus negócios.

Afinal, vivemos em um mercado globalizado e conectado onde as empresas precisam se adaptar a novas tendências com agilidade. Portanto, inovação é algo essencial.

Para que isso aconteça, é preciso entender as regras e o funcionamento do seu mercado para que ideias inovadoras possam ser executadas com propriedade.

Confira a seguir algumas dicas e processos criativos que podem inspirar você a pensar fora da caixa e encontrar soluções criativas para problemas e situações do seu dia a dia.

- Fique atento ao seu redor
- Mude o ambiente ao redor
- Amplie seu repertório
- Converse com pessoas
- Entenda o problema
- Experimente novas coisas
- Entenda que você nem sempre tem respostas
- Procure soluções criativas
- A criatividade é um músculo e precisa ser exercitada
- Vasculhe seu inconsciente
- Esqueça um pouco a direção do objetivo dos seus pensamentos
- Se conecte criativamente com as pessoas
- Use ferramentas

Pensar fora da caixa é mais do que um clichê, é uma postura que traz benefícios tanto para sua vida profissional quanto para sua vida pessoal.

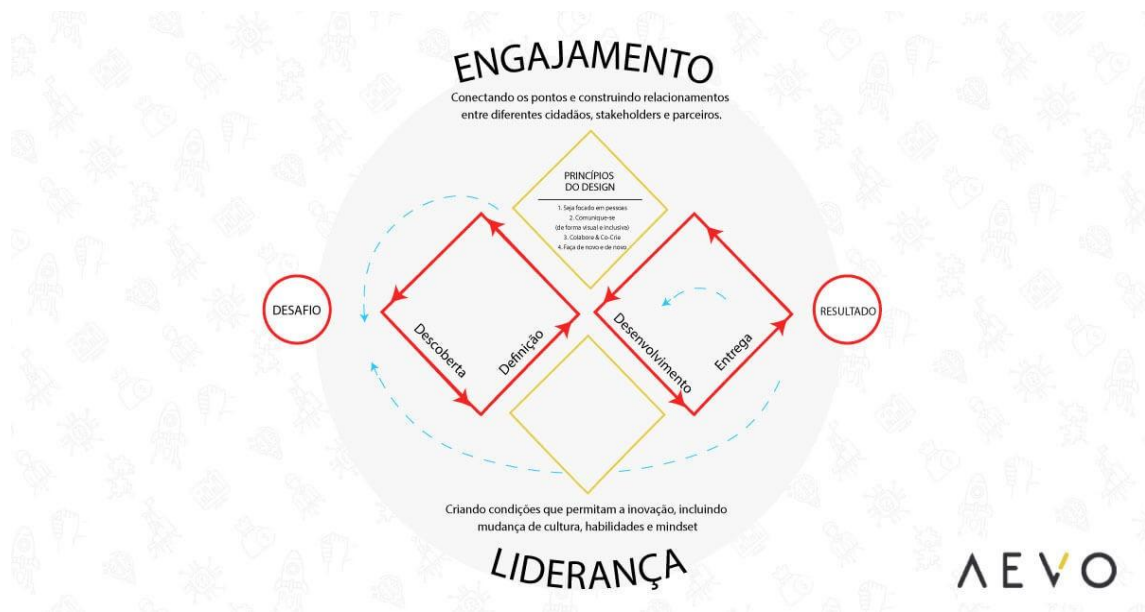
● **Tópico 4: Com vocês: O duplo diamante!**

O método Duplo Diamante foi desenvolvido em 2005 pelo Conselho de Design do Reino Unido e, inicialmente, era utilizado apenas por designers.

No entanto, percebeu-se que o processo poderia ter inúmeras aplicações, pois ele foi criado para solucionar problemas de clientes através da inovação.

O Duplo Diamante é um diagrama formado por quatro triângulos conectados para retratar as quatro fases do processo para levar à inovação. Dessa forma, ele

esquematiza as convergências e divergências de pensamento que acontecem no caminho.



Esse método possui quatro fases, as quais permitem que você identifique o problema, desenvolva uma solução e depois a análise. Elas são:

Descobrir - O primeiro passo é identificar o problema a ser solucionado, e aqui o importante é saber se colocar no lugar do seu cliente para entender quais são as suas necessidades.

Esse é um ponto de pensamento de divergência, em que são levantados diversos insights para discussão em grupo, como um brainstorming.

Para que haja questões relevantes para serem debatidas, é preciso fazer um levantamento de dados. Isso pode ser realizado através de pesquisas com clientes, grupos focais, pesquisas de mercado etc.

Definir - No segundo passo do método Duplo Diamante, é preciso analisar todas as ideias que surgirem no passo anterior, a descoberta, para analisá-las e filtrá-las.

O objetivo desse passo é convergir os insights e ideias executáveis, interpretando-os e deixando-os alinhados aos objetivos da empresa. Além disso, é nessa etapa que é determinado oficialmente o problema a ser solucionado pelo processo.

Desenvolver - Essa etapa marca o início do segundo diamante, e aqui começam a aparecer respostas à questão definida na etapa anterior.

Esse também é um ponto de divergência, mas com caráter de levantar soluções para o problema proposto, pois aqui já deve-se iniciar o desenvolvimento e os testes dessas soluções.

O que não se deve perder é a noção de que o processo e as soluções devem ser voltados às necessidades do cliente.

Entregar - Na última etapa do Duplo Diamante, temos o segundo ponto de convergência, em que as soluções definidas na etapa do desenvolvimento são, novamente, filtradas para selecionar apenas uma.

Nessa fase, cria-se também o protótipo da solução e inicia-se uma preparação para o seu lançamento, em pequena escala, ao mercado. Isso é um teste final para o projeto.

A abordagem do design thinking é um processo criativo que viabiliza a experimentação e o levantamento de muitas hipóteses.

No entanto, para que todo o processo do duplo diamante corra bem, é preciso saber se colocar no lugar do seu cliente, para entender de forma genuína quais são as suas necessidades.

Outra característica importante para o processo do duplo diamante é a colaboração. Para essa execução, juntam-se profissionais de diversas áreas e o trabalho em equipe é fundamental!

Também é necessário que seja criado um ambiente de confiança, pois em ocasiões em que há discussões para levantamento de ideias, não deve haver julgamentos, nem medo de errar. É importante lembrar que todos tem um objetivo em comum: propor soluções para inovar.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Iremos falar do design thinking, em resumo é uma metodologia que ajuda a resolver problemas sempre focado no usuário ou cliente, tudo a ver com o que a logística precisa, não é? As empresas podem usar o design thinking como veículo de mudança cultural, colaboração criativa e inovação disruptiva.

Muitas empresas que investem em design, como a Apple e Nike, adotaram o Design Thinking e têm tido resultados surpreendentes nos últimos 10 anos. Isso despertou o interesse dos profissionais de diversos nichos, que buscam aprender mais sobre o assunto e aplicá-lo nas suas empresas.

O design thinking une a sensibilidade do design, métodos para atender às necessidades das pessoas e o que é possível realizar tecnologicamente. É uma combinação de mindset com plano de ação. E o mais importante para a logística, permite que as pessoas que não são designers usem ferramentas criativas para resolver problemas e identificar as melhores opções, e tornar as experiências mais eficazes. É uma junção entre o pensamento corporativo e o pensamento criativo. Combina os desejos e necessidades do público com as possibilidades de realização tecnológicas ou melhoria de processos.

Para se avançar para a resolução do problema é necessário transpor basicamente 5 etapas que irão te direcionando, e nunca se esqueça que sua equipe deve ser heterogênea, e poderá se expressar de forma livre e sem julgamentos, e talvez que surjam respostas ou direcionamento absurdos à princípio, mas que em algum momento mais à frente pode ser que fará sentido.

Link: <https://youtu.be/ZRF7AA02qvQ>

4. CONCLUSÃO

A partir da análise do presente relatório, foi possível entender e se aprofundar em toda a cadeia de valor da Empresa Mahle Metal Leve SA - desde entender quais os custos até quem são os consumidores finais de cada um dos produtos.

Todos os dados abordados e utilizados são dados reais da própria empresa, o que através do conteúdo para vida, se mostrou muito prático para uma aplicação em um caso concreto do dia a dia de cada um dos pesquisadores e estudantes desta unidade.

A partir destas aplicações estudadas, é possível entender que os infindáveis produtos disponíveis no mercado com diferentes marcas, modelos e tamanhos, cada um foi minuciosamente analisado e estruturado através de uma Gestão de cadeia de Valor, para que assim, pudessem chegar com responsabilidade e valor justo ao consumidor.

REFERÊNCIAS

Atkinson, A. A. Banker, R. D Kaplan, R. S. Young, S. M. (2000). Contabilidade Gerencial. São Paulo: Atlas.

CELERO. O que é custo, definição, quais os tipos e como classificar? Disponível: <<https://celero.com.br/blog/o-que-e-custo/>>. Acesso em: 04 de abril de 2023.

Disponível:
<<https://guiacorporativo.com.br/estrategia-logistica-na-cadeia-de-suprimentos/>>. Acesso em: 07 de abril de 2023.

EPR CONSULTORIA. Custos Diretos: O que são, importância e exemplos. Disponível: < <https://eprconsultoria.com.br/custos-diretos>>. Acesso em: 10 de abril de 2023.

ETTOS COMUNICAÇÃO DIGITAL. Design thinking: como aplicar esse conceito no dia a dia do seu negócio? Disponível: <<https://ettoscomunica.com/design-thinking-como-aplicar-esse-conceito-no-dia-a-dia-do-seu-negocio/>>. Acesso em: 03 de abril de 2023.

EUAX CONSULTING. Duplo diamante: entenda o que é o método e aprenda a desmistificar o design thinking. Disponível: <<https://www.euax.com.br/2020/12/duplo-diamante/>>. Acesso em: 03 de abril de 2023.

Ferreira, D. (coord.), Caldeira, C., Asseiceiro, J. & Vicente, C. (2014). Contabilidade de Gestão – Estratégia de Custos e de Resultados. Rei dos Livros.

HSMU. O que é pensamento exponencial e como ele impacta as organizações? Disponível: <<https://blog.hsmuniversity.com.br/pensamento-exponencial/>>. Acesso em: 03 de abril de 2023.

JIVOCHAT. O que é pensar fora da caixa e como ter ideias criativas. Disponível:
<<https://www.jivochat.com.br/blog/comunicacao/pensar-fora-da-caixa.html>>. Acesso em: 03 de abril de 2023.

MAHLE. Production workers. Disponível: <<https://www.jobs.mahle.com/brazil/pt/your-future-at-mahle/production-workers/index-2.jsp>>. Acesso em: 10 de abril de 2023.

MAHLE. Rede Global de Pesquisa. Disponível: < <https://www.br.mahle.com/pt/research-and-development/research-network/>. Acesso em: 06 de abril de 2023.

MAHLE. Relatório sustentabilidade. Disponível: <https://www.br.mahle.com/media/south-america/environment/20220125_mahle_relatorio_sustentabilidade>. Acesso em: 09 de abril de 2023.

MAHLE. Sobre a Mahle. Disponível: <<https://www.br.mahle.com/pt/about-mahle/#:~:text=A%20MAHLE%20%C3%A9%20um%20parceiro,mais%20ecol%C3%B3gico%20e%20mais%20conforto%C3%A1vel.>> Acesso em: 04 de abril de 2023.

MAHLE. Vantagens Competitivas e Estratégias. Disponível: <<https://ri.mahle.com.br/a-empresa/vantagens-competitivas-e-estrategias/>>. Acesso em: 04 de abril de 2023.

RECEITA FEDERAL. Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral. Disponível: <https://solucoes.receita.fazenda.gov.br/Servicos/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.asp> Acesso em: 04 de abril de 2023.

SILVA, R. Estratégia Logística na Cadeia de Suprimentos (Supply Chain). 2017.

UNIP. Adm online. Disponível: <https://adm.online.unip.br/img_ead_dp>. Acesso em: 09 de abril de 2023.

ANEXOS

Documento 1: Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ)

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA		
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 60.476.884/0001-87 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DE ABERTURA 27/09/1966
NOME EMPRESARIAL MAHLE METAL LEVE S.A.		
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****		PORTE DEMAIS
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 29.41-7-00 - Fabricação de peças e acessórios para o sistema motor de veículos automotores		
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 32.92-2-02 - Fabricação de equipamentos e acessórios para segurança pessoal e profissional 62.04-0-00 - Consultoria em tecnologia da informação 71.20-1-00 - Testes e análises técnicas 72.10-0-00 - Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais 82.11-3-00 - Serviços combinados de escritório e apoio administrativo		
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 204-6 - Sociedade Anônima Aberta		
LOGRADOURO AV ERNST MAHLE	NÚMERO 2000	COMPLEMENTO *****
CEP 13.849-050	BAIRRO/DISTRITO MOMBACA	MUNICÍPIO MOGI-GUACU
ENDEREÇO ELETRÔNICO ADALTO.BISPO@MAHLE.COM	TELEFONE (19) 3861-9169/ (19) 3861-9302	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****		
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA	DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 03/11/2005	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL		
SITUAÇÃO ESPECIAL *****	DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Fonte: RECEITA FEDERAL 2023

Imagem 1: Logo da empresa



Fonte: GOOGLE 2023

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: AUTOAVALIAÇÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
MÓDULO: MÓDULO GESTÃO DA CADEIA DE VALOR
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO e PROF ^a RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
ESTUDANTE: WELLINTON LUIS DE OLIVEIRA TEIXEIRA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 1º TRIMESTRE

2. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>Nesse Projeto Integrado, foi proposto, a análise sobre a estratégia em logística de uma empresa real e seus impactos relacionados ao custo final dos produtos. A equipe fez a escolha da empresa, e começamos a disponibilizar informações e os conhecimentos inerentes às atividades. Priorizamos interesses e objetivos coletivos. Atuamos de forma participativa e colaborativa na execução das atividades.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Um dos maiores desafios desse projeto, foi encontrar uma empresa que entrega-se todos os dados necessários para a execução do projeto.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Cronograma da equipe foi definido da seguinte forma:</p> <p>Definição das tarefas do projeto.</p> <p>Estrutura analítica do projeto.</p> <p>Estabelecer prioridades.</p>

<p>Identificação dos recursos necessários.</p> <p>Entregar um esboço do projeto</p> <p>Tempo estimado para completar as tarefas.</p> <p>Manter o cronograma atualizado.</p>	
<p>Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.</p> <p>As ações tomadas pela nossa equipe, foram os encontros remotos, a participação das aulas ao vivo da unidade de estudo, e a busca on-line por informações da empresa.</p>	
<p>a. Aspectos positivos</p> <p>Ganho de informações e conhecimentos.</p>	
<p>b. Dificuldades encontradas</p> <p>Tempo disponível, para conseguir atingir o cronograma.</p>	
<p>c. Resultados atingidos</p> <p>Nesse projeto, conseguimos sistematizar os conhecimentos adquiridos durante o desenvolvimento do projeto, como também ter vivência prática-profissional mediante a aplicação dos conhecimentos em situações reais.</p>	
<p>d. Sugestões / Outras observações</p> <p>O projeto integrado é um modelo de trabalho que estimula a interdisciplinaridade e a combinação entre a teoria e a prática. É uma etapa fundamental na formação universitária, principalmente porque tem a capacidade de unir teoria e prática ao mesmo tempo.</p>	
<p>3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</p>	
RA 1012019200380	Wellinton Luis de O. Teixeira
RA 1012019100715	Ingrid Gomes Da Costa

RA 1012020100624	Larissa Ap. F. Fiamenghi
RA 1012020100381	Renan Carvalho e Camacho
RA 1012020100516	Wellington Fonseca

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: AUTOAVALIAÇÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
MÓDULO: MÓDULO GESTÃO DA CADEIA DE VALOR
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF ^a ELAINE CRISTINA PAIVA VENÂNCIO E PROF ^a RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
ESTUDANTE: INGRID GOMES DA COSTA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 1º TRIMESTRE

5. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>Nesse Projeto Integrado, foi proposto, a análise sobre a estratégia em logística de uma empresa real e seus impactos relacionados ao custo final dos produtos. A equipe fez a escolha da empresa, e começamos a disponibilizar informações e os conhecimentos inerentes às atividades. Priorizamos interesses e objetivos coletivos. Atuamos de forma participativa e colaborativa na execução das atividades.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Um dos maiores desafios desse projeto, foi encontrar uma empresa que entrega-se todos os dados necessários para a execução do projeto.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Cronograma da equipe foi definido da seguinte forma:</p> <p>Definição das tarefas do projeto.</p> <p>Estrutura analítica do projeto.</p> <p>Estabelecer prioridades.</p> <p>Identificação dos recursos necessários.</p>

<p>Entregar um esboço do projeto</p> <p>Tempo estimado para completar as tarefas.</p> <p>Manter o cronograma atualizado.</p>	
<p>Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.</p> <p>As ações tomadas pela nossa equipe, foram os encontros remotos, a participação das aulas ao vivo da unidade de estudo, e a busca on-line por informações da empresa.</p>	
<p>e. Aspectos positivos</p> <p>Ganho de informações e conhecimentos.</p>	
<p>f. Dificuldades encontrada</p> <p>Tempo disponível, para conseguir atingir o cronograma.</p>	
<p>g. Resultados atingidos</p> <p>Nesse projeto, conseguimos sistematizar os conhecimentos adquiridos durante o desenvolvimento do projeto, como também ter vivência prática-profissional mediante a aplicação dos conhecimentos em situações reais.</p>	
<p>h. Sugestões / Outras observações</p> <p>O projeto integrado é um modelo de trabalho que estimula a interdisciplinaridade e a combinação entre a teoria e a prática. É uma etapa fundamental na formação universitária, principalmente porque tem a capacidade de unir teoria e prática ao mesmo tempo.</p>	
<p>6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</p>	
RA 1012019100715	Ingrid Gomes da Costa
RA 1012019200380	Wellington Luis de O. Teixeira
RA 1012020100624	Larissa Ap. F. Fiamenghi
RA 1012020100381	Renan Carvalho e Camacho

RA 1012020100516

Wellington Fonseca

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: AUTOAVALIAÇÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
MÓDULO: MÓDULO GESTÃO DA CADEIA DE VALOR
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO e PROF ^a RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
ESTUDANTE: LARISSA APARECIDA FRANÇA FIAMENGGHI
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 1º TRIMESTRE

8. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>Nesse Projeto Integrado, foi proposto, a análise sobre a estratégia em logística de uma empresa real e seus impactos relacionados ao custo final dos produtos. A equipe fez a escolha da empresa, e começamos a disponibilizar informações e os conhecimentos inerentes às atividades. Priorizamos interesses e objetivos coletivos. Atuamos de forma participativa e colaborativa na execução das atividades.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Um dos maiores desafios desse projeto, foi encontrar uma empresa que entrega-se todos os dados necessários para a execução do projeto.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Cronograma da equipe foi definido da seguinte forma:</p> <p>Definição das tarefas do projeto.</p> <p>Estrutura analítica do projeto.</p> <p>Estabelecer prioridades.</p>

<p>Identificação dos recursos necessários.</p> <p>Entregar um esboço do projeto</p> <p>Tempo estimado para completar as tarefas.</p> <p>Manter o cronograma atualizado.</p>	
<p>Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.</p> <p>As ações tomadas pela nossa equipe, foram os encontros remotos, a participação das aulas ao vivo da unidade de estudo, e a busca on-line por informações da empresa.</p>	
<p>i. Aspectos positivos</p> <p>Ganho de informações e conhecimentos.</p>	
<p>j. Dificuldades encontrada</p> <p>Tempo disponível, para conseguir atingir o cronograma.</p>	
<p>k. Resultados atingidos</p> <p>Nesse projeto, conseguimos sistematizar os conhecimentos adquiridos durante o desenvolvimento do projeto, como também ter vivência prática-profissional mediante a aplicação dos conhecimentos em situações reais.</p>	
<p>l. Sugestões / Outras observações</p> <p>O projeto integrado é um modelo de trabalho que estimula a interdisciplinaridade e a combinação entre a teoria e a prática. É uma etapa fundamental na formação universitária, principalmente porque tem a capacidade de unir teoria e prática ao mesmo tempo.</p>	
<p>9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</p>	
RA 1012020100624	Larissa Ap. F. Fiamenghi
RA 1012019100715	Ingrid Gomes da Costa
RA 1012019200380	Wellington Luis de O. Teixeira

RA 1012020100381	Renan Carvalho e Camacho
RA 1012020100516	Wellington Fonseca

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: AUTOAVALIAÇÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
MÓDULO: MÓDULO GESTÃO DA CADEIA DE VALOR
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO e PROF ^a RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
ESTUDANTE: RENAN CARVALHO E CAMACHO
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 1º TRIMESTRE

11. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>Nesse Projeto Integrado, foi proposto, a análise sobre a estratégia em logística de uma empresa real e seus impactos relacionados ao custo final dos produtos. A equipe fez a escolha da empresa, e começamos a disponibilizar informações e os conhecimentos inerentes às atividades. Priorizamos interesses e objetivos coletivos. Atuamos de forma participativa e colaborativa na execução das atividades.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Um dos maiores desafios desse projeto, foi encontrar uma empresa que entrega-se todos os dados necessários para a execução do projeto.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Cronograma da equipe foi definido da seguinte forma:</p> <p>Definição das tarefas do projeto.</p> <p>Estrutura analítica do projeto.</p> <p>Estabelecer prioridades.</p> <p>Identificação dos recursos necessários.</p>

<p>Entregar um esboço do projeto</p> <p>Tempo estimado para completar as tarefas.</p> <p>Manter o cronograma atualizado.</p>	
<p>Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.</p> <p>As ações tomadas pela nossa equipe, foram os encontros remotos, a participação das aulas ao vivo da unidade de estudo, e a busca on-line por informações da empresa.</p>	
<p>m. Aspectos positivos</p> <p>Ganho de informações e conhecimentos.</p>	
<p>n. Dificuldades encontrada</p> <p>Tempo disponível, para conseguir atingir o cronograma.</p>	
<p>o. Resultados atingidos</p> <p>Nesse projeto, conseguimos sistematizar os conhecimentos adquiridos durante o desenvolvimento do projeto, como também ter vivência prática-profissional mediante a aplicação dos conhecimentos em situações reais.</p>	
<p>p. Sugestões / Outras observações</p> <p>O projeto integrado é um modelo de trabalho que estimula a interdisciplinaridade e a combinação entre a teoria e a prática. É uma etapa fundamental na formação universitária, principalmente porque tem a capacidade de unir teoria e prática ao mesmo tempo.</p>	
<p>12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</p>	
RA 1012020100624	Larissa Ap. F. Fiamenghi
RA 1012019100715	Ingrid Gomes da Costa
RA 1012019200380	Wellington Luis de O. Teixeira
RA 1012020100381	Renan Carvalho e Camacho

RA 1012020100516

Wellington Fonseca

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

13. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: AUTOAVALIAÇÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
MÓDULO: MÓDULO GESTÃO DA CADEIA DE VALOR
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF ^a ELAINE CRISTINA PAIVA VENÂNCIO E PROF ^a RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES
ESTUDANTE: WELINGTON FONSECA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 1º TRIMESTRE

14. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>Nesse Projeto Integrado, foi proposto, a análise sobre a estratégia em logística de uma empresa real e seus impactos relacionados ao custo final dos produtos. A equipe fez a escolha da empresa, e começamos a disponibilizar informações e os conhecimentos inerentes às atividades. Priorizamos interesses e objetivos coletivos. Atuamos de forma participativa e colaborativa na execução das atividades.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Um dos maiores desafios desse projeto, foi encontrar uma empresa que entrega-se todos os dados necessários para a execução do projeto.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Cronograma da equipe foi definido da seguinte forma:</p> <p>Definição das tarefas do projeto.</p> <p>Estrutura analítica do projeto.</p> <p>Estabelecer prioridades.</p>

Identificação dos recursos necessários.

Entregar um esboço do projeto

Tempo estimado para completar as tarefas.

Manter o cronograma atualizado.

Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.

As ações tomadas pela nossa equipe, foram os encontros remotos, a participação das aulas ao vivo da unidade de estudo, e a busca on-line por informações da empresa.

q. Aspectos positivos

Ganho de informações e conhecimentos.

r. Dificuldades encontradas

Tempo disponível, para conseguir atingir o cronograma.

s. Resultados atingidos

Nesse projeto, conseguimos sistematizar os conhecimentos adquiridos durante o desenvolvimento do projeto, como também ter vivência prática-profissional mediante a aplicação dos conhecimentos em situações reais.

t. Sugestões / Outras observações

O projeto integrado é um modelo de trabalho que estimula a interdisciplinaridade e a combinação entre a teoria e a prática. É uma etapa fundamental na formação universitária, principalmente porque tem a capacidade de unir teoria e prática ao mesmo tempo.

15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012020100624	Larissa Ap. F. Fiamenghi
RA 1012019100715	Ingrid Gomes da Costa
RA 1012019200380	Wellington Luis de O. Teixeira
RA 1012020100381	Renan Carvalho e Camacho
RA 1012020100516	Wellington Fonseca