



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

PROCESSOS GERENCIAIS

PROJETO INTEGRADO

ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA

SAMU CHOCOLATERIA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

OUTUBRO, 2019

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

PROJETO INTEGRADO
ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA
SAMU CHOCOLATERIA

MÓDULO PROCESSOS GERENCIAIS

GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE
PRODUTOS – PROFª ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO

GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS – PROFª RENATA
ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES

ESTUDANTES:

CAIO CIUFFA DAMALIO	RA1012019200270
CRISTINA DE CARVALHO SILVEIRA	RA1012018200023
ERIVELTO HENRIQUE MARQUES	RA 1012019200273
GILBERTO PEIXOTO DE CARVALHO FILHO	RA 1012019200276
JULIANA APARECIDA MOREIRA SOUZA.	RA 1012019200315

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

OUTUBRO, 2019

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS	5
3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA	6
3.1.1 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA	7
3.1.1 FIXOS OU VARIÁVEIS	9
3.1.1 DIRETOS OU INDIRETOS	10
3. CONCLUSÃO	13
REFERÊNCIAS	13
ANEXOS	14

1. INTRODUÇÃO

O Projeto Integrado (PI) estratégia em logística tem como objetivo analisar os fatores geradores que oneram o custo de produção gerando impactos ao custo final dos produtos da empresa SAMU- Chocolateria no ano de 2019. Sendo considerada no ramo dos negócios uma microempresa, conhecida na cidade de São João da Boa Vista como uma das melhores Chocolateiras será evidenciado a probabilidade de expansão para um futuro próximo. Utiliza-se a entrevista como norteadora dos dados e os renomados autores para sustentar os dados oferecidos.

DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Empresa Samuel de Oliveira Souza, cujo nome empresarial é SAMU Chocolateria, localiza-se na Rua José Virgílio Dutra, 305 casa 24, Bairro Jardim Industrial, São João da Boa Vista, SP, sendo sua atividade econômica financeira fabricar produtos derivados do cacau e chocolates, tendo como atividade secundária a fabricação de produtos de padaria e confeitaria com a predominância na produção própria. Está ativa desde 03/07/2017.

O proprietário iniciou suas atividades no dia 27/03/2016, após uma doença que lhe afastou do trabalho, mantendo sua família com o auxílio doença do INSS durante um ano. Ao retornar ao trabalho, não poderia mais realizar a atividade de pedreiro. Após várias tentativas, sua esposa buscando uma alternativa, deparou com um anúncio no Jornal Parabrisa, o qual chamou sua atenção, dizendo assim: revenda trufas e tenha uma renda de R\$ 2.000,00 por mês, entraram em contato com essa pessoa para pedir as trufas e a pessoa não conseguiu entregar as trufas, após algumas tentativas decidiram produzir as próprias trufas para revender, e assim compraram os ingredientes e produziram em seguida começaram a comercializar. Abriram a empresa pelo o Site do MEI preencheu os formulários necessários com o CNPJ em mãos vendeu seu carro no valor de R\$ 7.000,00, para obter o capital de giro.

Sendo um pequena empresa trabalham apenas três pessoas (dono, esposa e sogra), ocorreu a tentativa no início do negócio de contratar funcionários, porém não gerou lucro esperado. Seus produtos são considerados de ótima qualidade, beleza e um sabor inigualável, percorrem todo cidade de São João da Boa Vista, comercializando suas Trufas, mini trufas,

cone trufado, mini cone trufado, pão de mel, bolo no pote, bolos de festas, casamentos e aniversário de diferentes formas.

2. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

As empresas sofrem constantes mudanças e transformações a fim de se adaptarem ao mercado atualmente, um microempreendedor precisa inovar para sobrepujar os concorrentes, a vantagem competitiva origina-se das atividades ou centros de responsabilidade distintos executados pelas empresas, tais como: projeto, produção, marketing, distribuição, suporte ao produto, entre outras, no caso do SAMU quanto mais inovador estiver o seu produto mais vendas ocorre, a busca pelo diferencial fará o lucro acontecer através das vendas.

Para Kwasnicka (2007, p. 58), criar iniciativas para obter mais oportunidades frente ao mercado, torna a empresa mais competitiva para obter maiores resultados, principalmente quando há investimento em tecnologia, processos e pessoas. O maior desafio é convencer os colaboradores da necessidade da mudança, pois naturalmente, a maioria das pessoas e empresas resistem a sair da zona de conforto e realizar a mudança, porém não existe forma de obter resultados diferentes realizando as mesmas coisas.

O público hoje, com o interesse na aquisição de produtos derivados do cacau e chocolates, é extremamente variado, e cada cliente, pode possuir um gosto peculiar, por este motivo, a empresa SAMU entende que, comparada a seus concorrentes, possui uma variedade grande de produtos, com o interesse em alcançar públicos variados. Mesmo tendo um foco nos produtos derivados do cacau, entendendo que no mercado pode haver oscilações na aquisição de chocolates de acordo com a temperatura, também realiza a fabricação de produtos de padaria e confeitaria, este é mais um diferencial e fonte de receita para a empresa, que a coloca de forma mais competitiva no mercado. Oliveira(2010,p.56) explica que em organizações de pequeno porte, dependentes de um ou poucos produtos, um ou poucos segmentos de mercados, a estratégia mais recomendável é a de crescimento por diversificação.

Tendo fornecedores como a Dorivali, Allpan, Chocopan e Embala, o produto sai de melhor qualidade diferenciando dos demais do mercado o controle das compras é feito diretamente no sistema e nos dá o preço final e os custos dos produtos. Frente as transformações no mercado e em relação aos concorrentes, a empresa SAMU se mantém atenta aos movimentos do mercado, sempre preocupada em oferecer um produto de qualidade e aumentar a disponibilidade de novos produtos, de acordo com a demanda de mercado, seus preços são competitivos e a receita se torna equilibrada visto a grande gama de produtos oferecidos. Segundo Padoveze e Bertolucci (2008, p. 75), “o plano estratégico deve conter claramente as intenções que a empresa tem, e o que e como deve proceder, com o máximo de quantificação, quando possível.”

3.1.1 ESTRATÉGIA EM LOGÍSTICA

A lucratividade é influenciada pelos processos de logísticas entre eles a conquista e a manutenção dos clientes para a empresa. Para que ocorra o processo são necessárias um conjunto de estratégias e ações que controlam os recebimentos e entregas de mercadorias, visando realizar tais tarefas de forma cada vez mais rápida e econômica.

Sendo o SAMU- Chocolateria uma microempresa seu planejamento, implementação e controle nos gastos com os produtos iniciais e mão de obra precisam ser bem controlados, para que a produção final não gere um custo alto tendo que ser repassado ao consumidor na hora da venda. Conforme Gasnier (2002, p.17), a gestão da logística deve considerar as dimensões tempo, qualidade e custos, e define os clientes finais, usando o “jargão” dos programas de qualidade total, isto é que os clientes são todas as partes interessadas nos resultados.

Hoje a empresa SAMU trabalha realizando as suas próprias entregas, não contratando empresas terceirizadas para a execução do serviço. A empresa já possui os seus clientes definidos através de cadastros e realizam as entregas de acordo com as demandas definidas pelos pedidos dos clientes, estas entregas são realizadas no prazo definido na rotina diária dos colaboradores com a utilização de um carro, não ocorrendo atrasos, porém, a empresa não dispõe de outro meio de transporte, uma vez que possa ocorrer um problema no carro, a entrega dos pedidos pode ficar com prazos comprometidos. Já Ching (2010) coloca que a logística de distribuição trata das relações da empresa-cliente-consumidor, sendo responsável pela distribuição física do produto

acabado até os pontos de venda ao consumidor e deve assegurar que os pedidos sejam pontualmente entregues, precisos e completos.

A forma como a empresa SAMU está encontrando para ser inovadora em sua logística é utilizar o número de WhatsApp dos seus clientes e utilizar a função de compartilhamento de localização real do celular da empresa para o seu cliente. Com esta operação em prática do sistema de acompanhamento de entrega dos pedidos de forma online, os gestores da empresa podem acompanhar todas as entregas, e possuir uma resposta imediata para o cliente que está precisando da mercadoria para utilizar em seu comércio. Utiliza também o Facebook e o Messenger tanto para propaganda dos produtos como para comercializar, afinal não são todos os consumidores que possuem WhatsApp. Em um mercado cada vez mais competitivo e turbulento as empresas veem a necessidade de criar habilidades de gerenciamento de relacionamento para se obter vantagem competitiva e maior valor ao cliente (PIGATTO & ALCANTARA, 2007; LOCKETT et. al, 2011).

O que antes era apenas vender e entregar, hoje são otimização e integração de todas as áreas funcionais da empresa, incluindo marketing, vendas, produção, finanças, recursos humanos e tecnologia da informação, o qual se denomina Logística Integrada, reportada ao sistema Intra organizacional ou departamentos internos de uma organização, já Integração Logística vem da visão Inter organizacional o qual aborda a necessidade de Integração entre processos diferentes, ou seja, parceiros externos, como fornecedores e clientes. Assim sendo necessário envolver toda a organização na criação de um plano estratégico de logística. (GRANT, 2013, p. 12).

O gestor empresarial deve ter consciência de todas as fases da logística e procurar otimizar cada uma delas, avaliando novos procedimentos e tecnologias que a facilitem e dinamizem, como rotinas integradas, prazos rígidos e segurança. A integração de todas as etapas logísticas pode atender a grandes demandas, propiciando alta competitividade.

3.1.1 PLANEJAMENTO E CONTROLE DA CAPACIDADE PRODUTIVA

Todos que entram no mundo dos negócios sabem das necessidades básicas desse ambiente. Sendo uma delas, essencial: o Planejamento do seu empreendimento. Pois

bem, planejar é tudo, e deve ser muito bem pensado em todos os setores, mesmo que nos mais pequenos.

O SAMU- Chocolateria realiza seu planejamento mensalmente tendo como base a oferta do produto no mês anterior, trabalha com pouca estocagem de produtos base, negociando com as distribuidoras ou comércios locais, normalmente consegue comprar em promoções utiliza produtos da Dorivali, Allpan, Chocopan e Embala. O desafio da logística moderna é a diminuição do tempo entre a produção e a demanda, fazendo com que o produto chegue mais rápido ao cliente (RIBEIRO et. al, 2006). Ter excesso de estoque significa um maior custo para a empresa, ocupação de área, manutenção do inventário e do estoque. Reforçando novamente que existe a possibilidade de se armazenar produtos obsoletos como ferramentas e materiais. Portanto a SAMU consegue controlar seu estoque até que nova remessa chegue para a confecção dos produtos da empresa.

Faria e Costa (2011) afirma que sendo a gestão da demanda um processo quando o gestor faz as previsões para atender as demandas sem deixar faltar os produtos gerando o desempenho logístico e nível de serviço para que sua empresa consiga atender aos seus clientes com o produto certo, no lugar certo, no momento certo e na quantidade certa, os gestores precisam visar o amanhã e não somente o hoje.

Quanto a SAMU sua capacidade de produção depende da encomenda realizada e efetivada na empresa, só produz quando ocorre a encomenda do produto, tudo é bem catalogada com datas de validades longe da data de consumo. O desperdício é pouco porque toda sobra gera outro produto, descartando apenas o não próprio para consumo. Utiliza o sistema FpqSystem para controlar do estoque até o financeiro, o próprio empresário insere os dados no sistema. Trabalha com ingredientes de qualidade e os produtos são bem feitos para atender os meus clientes. Portanto sua gestão de logística está dentro do patamar de planejamento da capacidade produtiva da empresa.

3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

Toda empresa deve ter como vital importância o entendimento dos custos para a tomada de decisão, bem como a compreensão dos elementos estratégicos que auxiliarão no crescimento e sobrevivência organizacional, pois eles refletem as atitudes, comportamentos, estruturas e a operação de uma organização. Para alcançar objetivos são

utilizados: determinação do lucro, controle e acompanhamento das operações e tomada de decisão.

Os custos fixos independem do volume de produção, em determinado período e em certa capacidade instalada. Eles permanecem inalterados independentemente do volume produzido ou, quando variam, essa variação não é em função das unidades produzidas. Custos variáveis são os custos que dependem do volume de produção da empresa e da despesa para produzi-lo.

Sendo a despesa considerada um gasto que, normalmente, ocorre em outras áreas da organização. Geralmente as despesas não estão ligadas à produção de bens ou serviços e sim aos setores administrativo e comercial. Elas são consideradas geradoras de receitas. Para se obter um lucro final a empresa precisa evidenciar a despesa fixa (salários, despesas com contadores, luz, água) e a variável normalmente com os produtos iniciais para a produção.

Para que o investimento seja positivo os gastos ativados em virtude de benefícios atribuíveis a períodos futuros precisam ser maiores, quanto mais longa a data de validade maior o lucro a obter. O controle os custos devem ser estrategicamente perfeitos para que não ocorra, desperdício, prejuízo e alto custo na comercialização do produto, afastando os fregueses e aproximando os concorrentes.

A empresa SAMU Chocolateria realiza o Balanço Patrimonial mensalmente, criando assim visão do ônus gerado ou gasto a mais que o de costume. Para Marion (2006, p. 42), o Balanço Patrimonial é “a principal demonstração contábil, e reflete a posição financeira em determinado momento, normalmente no fim do ano ou de um período prefixado.”

3.1.1 FIXOS OU VARIÁVEIS

A Logística envolve uma série de itens que devem ser calculados para reduzir o máximo os custos logísticos que envolvem (transporte, armazenagem, manuseio e distribuição). Para evitar desperdícios desnecessários são necessários o controle dos custos fixos, ou seja, a remuneração do capital, salários, licenciamento, seguro dos transportes, depreciação, são aqueles que não sofrem alteração de valor em caso de aumento ou diminuição da produção, entre outros. Já nos custos variáveis seus valores dependem diretamente do volume produzido ou volume de vendas efetivado num

determinado período, são considerados as matérias primas. Comissões de vendas Insumos produtivos (Água, Energia).

No Custeio Variável, normalmente são aqueles que dependem dos produtos de consumo, se alto a margem de repasse do produto também será alta, os custos fixos são considerados despesas do período e somente os custos variáveis são acrescentados aos produtos. “O Custeio Variável é o método no qual os custos fixos são alocados aos resultados como se fossem despesas, enquanto os custos e despesas variáveis são elementos fundamentais para a obtenção da Margem de Contribuição.” (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2009, p. 133)

A empresa SAMU Chocolateria apresenta um enorme custeio variável, mas não faz o repasse ao produto de imediato, utiliza a inovação para conseguir resgatar o valor gasto sem mexer no custo do produto. A inovação é acrescentando outro produto no mercado consumidor de forma que o sobressalente para produzir o produto seja reaproveitado de forma inovadora

3.1.1 DIRETOS OU INDIRETOS

Os custos diretos podem ser definidos como aqueles que não precisam de rateio. É possível a identificação do custo aplicado no produto. Os custos indiretos são definidos como aqueles que não conseguem identificar-se diretamente no produto, necessitando de um critério de rateio para sua identificação(GRANT, 2013).

Conforme a tabela 1 os custos diretos na empresa Samu chocolateira são considerados a vantagem pois o empreendedor tem completo controle do processo de compra e venda e a desvantagem é que se faz necessário o produtor estar muito bem preparado para esse tipo de venda, online ou porta em porta.

Tabela 1- Tabela de Custos Diretos da empresa SAMU Chocolateria para confecção de 630 produtos.

Custos Diretos	Valor
• Chocolate	R\$ 15,00
• Açúcar Refinado	R\$ 2,30
• Farinha de trigo	R\$ 2,50
• Leite Condensado	R\$ 4,50

• Frutas	R\$ 13,00
• Ovos	R\$ 2,50
• Glacê	R\$ 13,05
• Granulado	R\$ 108,00
• Mãos de obras dos produtos	R\$ 900,00
• Total	R\$ 1.060,85

Já os custos indiretos são processos que se utiliza de intermediários como varejistas, atacadistas, agentes e distribuidores para que seu produto ou serviço chegue ao consumidor final. Na tabela 2 encontra-se a quantidade de custo indiretos gasta para a confecção de 630 produtos.

Perez Jr.; Oliveira; Costa (2003, p. 25) afirmam que os custos indiretos

são os custos que, por não serem perfeitamente identificados nos produtos ou serviços, não podem ser apropriados de forma direta para as unidades específicas, ordens de serviço ou produto, serviços executados etc. Necessitam, portanto, da utilização de algum critério de rateio para sua alocação.

Tabela 2- Tabela de Custos Indiretos da empresa SAMU Chocolateria para confecção de 630 produtos.

Custos Indiretos	Valor
• Embalagens	R\$ 15,00
• Rótulos	R\$ 10,00
• Potes para bolos 250g	R\$ 113,70
• Potes para bombom	R\$ 81,00
• Bandejas para bolos	R\$ 105,00
• Total	R\$ 314,70

Na Tabela 3 de custos indiretos da SAMU observa-se que seus gastos finais são proporcionais aos produtos confeccionados, não apresentando despesa com a contratação de funcionários, ocorrendo, portanto, uma cooperação entre a família para a produção do

produto. A má qualidade ou defeitos não só resultam na insatisfação do cliente e danos à imagem da empresa, como também em desperdícios devido aos custos e tempo envolvidos em repor um produto defeituoso. Sendo assim, a melhoria contínua e medidas de prevenção são os meios mais eficazes para reduzir os desperdícios causados por defeitos(GRANT, 2013).

Tabela 3: Tabela final de Custos Indiretos da empresa SAMU Chocolateria para confecção de 630 produtos.

• DESPESAS	VALOR
• Entregas dos produtos	R\$ 300,00
• Energia Elétrica	R\$ 300,00
• Água	R\$ 200,00
• Gás de cozinha	R\$ 140,00
• Total	R\$ 940,00

Tabela 4- Comparação final dos produtos e seus custos gerados da empresa SAMU Chocolateria

Produtos	Trufas	Bolo de Pote	Bolo para Corte	Total
Custo Direto				
Chocolate	R\$ 112,50	R\$ 15,00	R\$ 25,00	R\$ 152,50
Açúcar	R\$ 2,50	R\$ 7,00	R\$ 34,50	R\$ 44,00
Leite Condensado	R\$ 15,00	R\$ 50,00	R\$ 75,00	R\$ 140,00
Farinha de Trigo		R\$ 20,00	R\$ 75,00	R\$ 95,00
Ovos		R\$ 25,00	R\$ 50,00	R\$ 75,00
Glacê			R\$ 130,50	R\$ 130,50
Frutas	R\$ 18,00	R\$ 30,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Granulado	R\$ 15,00	R\$ 30,00	R\$ 58,00	R\$ 103,00
Mão de Obra	<u>R\$ 150,00</u>	<u>R\$ 350,00</u>	<u>R\$ 400,00</u>	<u>R\$ 900,00</u>
Total de Custo Direto	R\$ 313,00	R\$ 527,00	R\$ 998,00	R\$ 1.838,00
Custo Indireto	R\$ 314,70	R\$ 314,70	R\$ 314,70	R\$ 942,00
Total de Custos	R\$ 627,70	R\$ 841,70	R\$ 1.312,70	R\$ 2.780,70
Quantidade Produzida	300	300	30	630
Custo Unitário de produção	R\$ 2,09	R\$ 2,81	R\$ 43,76	R\$ 48,66
Preço Unitário de venda	R\$ 3,50	R\$ 7,00	R\$ 100,00	R\$ 110,50

Na empresa SAMU Chocolateria os custos são diretos, porque o empresário compra o produto de sua produção, sendo visível quando o produto utilizado é de boa qualidade

ou inferior. A tabela 4 mostra custo direto e indireto e a comercialização dos produtos inferindo sua porcentagem de lucro, a trufa na venda sai com 60% de lucro, o bolo de pote 41% de lucro e com o bolo de corte obtém o lucro de 44% de lucro. O montante final na venda de um produto de cada seu lucro fica com a margem de 48,66 %, considerado bom para um pequeno empresário. Segundo os usuários das rede sociais seus produtos são de primeira qualidade e bem solicitados no mercado.

3. CONCLUSÃO

Ao realizar o PI descobrimos que uma empresa por menor que seja precisa de um planejamento perfeito para obter lucro e não afugentar os fregueses apresentando produtos ruins, de baixa qualidade ou com validade vencida. A empresa SAMU Chocolateria, está no mercado a 2 anos, conseguiu fazer o seu nome, as vendas aumentaram e conseguem inovar para obter mais lucro.

REFERÊNCIAS

CHING, Hong Yuh *Gestão de estoques na cadeia de logística integrada – Supply Chain*. 4. Ed. São Paulo : Atlas, 2010.

DUBOIS, Aléxis; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. **Gestão de custos e formação de preços**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 254 p.

GRANT, David B. **Gestão de logística e cadeia de suprimentos**, (Trad. Arlete Simille). São Paulo : Saraiva, 2013.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 12 ed. São Paulo: Atlas, 2006. 502 p.

PEREZ Jr., José Hernandez; OLIVEIRA, Luís Martins de; COSTA, Rogério Guedes. **Gestão estratégica de custos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 322 p

KWASNICKA, Eunice Laçava. **Introdução a Administração**. 6ª ed. São Paulo: Altas S.A. 2007.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologias e Práticas**. 22ª ed. São Paulo: Atlas S.A. 2006.

ANEXOS

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 28.087.329/0001-50 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DE ABERTURA 03/07/2017	
NOME EMPRESARIAL SAMUEL DE OLIVEIRA SOUSA 29526484843			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) SAMU CHOCOLATERIA			PORTE ME
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 10.93-7-01 - Fabricação de produtos derivados do cacau e de chocolates			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 47.89-0-99 - Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente 10.91-1-02 - Fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 213-5 - Empresário (Individual)			
LOGRADOURO R JOSE VIRGILIO DUTRA		NÚMERO 305	COMPLEMENTO CASA 24
CEP 13.872-328	BAIRRO/DISTRITO JARDIM INDUSTRIAL	MUNICÍPIO SAO JOAO DA BOA VISTA	UF SP
ENDEREÇO ELETRÔNICO samuchocolateria@gmail.com		TELEFONE (19) 8913-0973	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 03/07/2017	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

FOTOS DE ALGUNS PRODUTOS PRODUZIDOS PELO SAMU CHOCOTATERIA





Fotos tiradas da página do Facebook da empresa SAMU- disponível e renovada desde 2017.