

Sócios:

Beatriz Martins Gonçalves
Gabriel Henrique Pereira Leite
Nathan Araujo Prado Santos
Pedro Antonio da Silva de Paula
Pedro Afonso
Sara Mello Beloli
Thiago dos Santos
Victor Couto

Filiais:

Shopping Cidade Jardim
Shopping El dourado
Shopping Bourbon
Av. Paulista

Lojas concorrentes:

Pati Piva
Carlos Bakery
Brigaderia

Média de preço:

R\$26,00 (Varejo) e R\$19,00 (Atacado) com desconto de 26,92% aplicado.

5 (Resposta) Produção:

Planejamento de Produção						
Dias	16	17	18	19	20	21
encomendas 1	4,5 k	4,5k				
encomendas 2		5k	5k			
encomendas 3			11,5k	13,5k		
encomendas 4				3k	7k	
Prod PV	6k	6k	6k	6k	6k	6k
Estoque	4,5K	14K	21,5K	28K	10K	
Prod Extra	2k	2k			2K	4K
Total diário Prod	12,5 k	17,5k	22,5k	22,5k	15k	10k
QTD Turno	2t	3t	3t	3t	3t	2t

Consideramos que a produção máxima diária poderia chegar a 22 mil e 500 unidades, fazendo 3 turnos mais duas horas extras por turno.

Iremos realizar a produção extra para os pontos de venda para atender a demanda extra de final de ano.

A produção diária foi pensada considerando que precisamos ter a quantidade total produzida um dia antes da entrega.

Situação Problemática

Considerando os dados anteriores, resolvam os seguintes itens do problema com a melhor solução possível para os casos:

1. Vamos entregar todos os pedidos, sabendo das particularidades das empresas explicadas em sala?
2. Sabemos que as crianças que são filhos(as) das pessoas que trabalham no núcleo produtivo da Comunidade de Heliópolis estão com baixo desempenho escolar, vão para a classe com sono e/ou faltam bastante. O que deve estar acontecendo e como resolvemos essa questão?
3. O que fazer com os vendedores dos PV's em relação à campanha?
4. Vamos pagar a campanha, considerando a situação abordada na questão 1?
5. O que faremos com a produção sabendo que os doces duram, no máximo, 3 dias?
6. Por qual preço médio devemos vender os doces? Justifique.
7. Nossa estrutura logística é suficiente? O que fazemos?
8. Quais os riscos estamos correndo com a trágica campanha?
9. Considere que foi investido R\$ 50.000,00 na Doceria entre janeiro de 2024 e dezembro de 2024. Foi vantajoso? Justifique comparando com, pelo menos, duas aplicações financeiras.
10. Qual a estratégia para a visita do dia 22/12?
11. Quais as sugestões para que no próximo ano tenhamos uma campanha de fato?

Respostas:

1 - Não vamos entregar todos os pedidos, apenas a festa do dia 20/12 da indústria do Tabaco, e as outras festas já certas.

2 - Após a descoberta do trabalho infantil, realizamos a retirada das crianças imediatamente e iremos inaugurar um projeto no dia 22/12 para auxílio aos estudos, uma vez que as crianças da comunidade são filhos e filhas de funcionários e estão trabalhando para auxiliar na renda, o projeto incentivara os estudos e ajudara a coloca-los no mercado de trabalho oficialmente, apoio a busca pelas vagas de jovem aprendiz.

3 - Iremos manter a campanha para os vendedores externos, e para os vendedores dos PV's, em decorrência do final do ano aumentaremos as vendas nos PV's em uma % além dos 6k e aumentaremos a % da comissão dos nossos vendedores dos PV's.

4 - Iremos.

5 - Colocado acima.

6 - O preço médio será R\$26,00 (Varejo) e R\$

7 -Não é, Iremos contratar carros refrigerados para realizarem a entrega dos doces, 2 vans refrigeradas que custarão entre R\$ 5,00 e R\$ 15,00 por quilômetro rodado para auxiliar por dia, e aumentaremos turnos da nossa fábrica para uma maior produção ocorrendo após as 6h e antes das 22h para evitarmos adicionais noturnos.

8 - Risco financeiro, para caso o valor do lucro não seja o suficiente, uma vez que quebramos contratos e podemos impactar diretamente no capital de giro.

9 - CDB e Debêntures

10 - Iremos inaugurar um projeto no dia 22/12 para auxílio aos estudos, uma vez que as crianças da comunidade são filhos e filhas de funcionários e estão trabalhando para auxiliar

na renda, o projeto incentivará os estudos e ajudará a colocá-los no mercado de trabalho oficialmente, apoiando a busca pelas vagas de jovem aprendiz, e buscando incentivar o trabalho equilibrado, onde um não impacte o rendimento do outro

11 - Criar políticas/regras ao selecionar clientes atendidos visando preservar a imagem da empresa, aumentarmos a frota de veículos (2 a 3), expandir filiais de produção mantendo política de seleção para adultos, realizar auditorias internas e aumentarmos a capacidade dos pontos de Venda.